

Komunikasi Lingkungan dan Komunikasi Bencana di Indonesia

Penulis :

Atwar Bajari, Ilham Gemiharto, Yenrizal, Uud Wahyudin, Kismiyati El Karimah, Miftah Faridl Widhagdha, Cholidah Astri Pertiwi, Edy Prihantoro, Kiayati Yusriah, Ade Putranto Prasetyo Wijiharto Tunggal, Erwin Rasyid, Wuri Rahmawati, Dewi Kurniawati, Riky Ardiyansah, Fajar Junaedi, Ch. Herutomo, S. Bakti Istiyanto, Nuryah Asri Sjafirah, Efi Fadila, Achmad Abdul Basith, Syafruddin Pohan, Lusiana Andriani Lubis, Moch. Imron Rosyidi, Annis Azhar Suryaningtyas, Hairunnisa, Annisa Wahyuni A, Kadek Dristiana D, Akhmad Rosihan, Septiana Wulandari, Puspita Devi.

Buku ini adalah salah satu dari tujuh judul buku yang diterbitkan dalam rangka merayakan Kongres ASPIKOM V di Solo tahun 2019. Penerbitan buku ini terlaksana atas kerjasama

ASPIKOM ASPIKOM
ASOSIASI PENDIDIKAN TINGGI ILMU KOMUNIKASI KORWIL DI YOGYAKARTA - JAWA TENGAH

bersama dengan



Komunikasi Lingkungan dan Komunikasi Bencana di Indonesia

Komunikasi Lingkungan dan Komunikasi Bencana di Indonesia

Editor :

Filosa Gita Sukmono, Yani Tri Wijayanti

Komunikasi Lingkungan dan Komunikasi Bencana di Indonesia

Editor :

Filosa Gita Sukmono, Yani Tri Wijayanti

Penulis :

Atwar Bajari, Ilham Gemiharto, Yenrizal, Uud Wahyudin,
Kismiyati El Karimah, Miftah Faridl Widhagdha, Cholidah Astri Pertiwi,
Edy Prihantoro, Kiayati Yusriah, Ade Putranto Prasetyo Wijiharto
Tunggali, Erwin Rasyid, Wuri Rahmawati, Dewi Kurniawati,
Riky Ardiyansah, Fajar Junaedi, Ch. Herutomo, S. Bekti Istiyanto,
Nuryah Asri Sjaafirah, Efi Fadila, Achmad Abdul Basith, Syafruddin
Pohan, Lusiana Andriani Lubis, Moch. Imron Rosyidi,
Annis Azhar Suryaningtyas, Hairunnisa, Annisa Wahyuni A,
Kadek Dristiana D, Akhmad Rosihan,
Septiana Wulandari, Puspita Devi



Komunikasi Lingkungan dan Komunikasi Bencana di Indonesia

Copyright © penulis

Hak cipta pada penulis dan dilindungi oleh Undang-undang (All Rights Reserved).
Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.

Cetakan I : 2019

188 (vi+ 182 hlm) halaman, 15,5 x 23,5 cm

ISBN: 978-602-5681-50-9

Editor :

Filosa Gita Sukmono, Yani Tri Wijayanti

Penulis :

Atwar Bajari, Ilham Gemiharto, Yenrizal, Uud Wahyudin, Kismiyati El Karimah,
Miftah Faridl Widhagdha, Cholidah Astri Pertiwi, Edy Prihantoro, Kiayati Yusriah,
Ade Putranto Prasetyo Wijiharto Tunggal, Erwin Rasyid, Wuri Rahmawati,
Dewi Kurniawati, Riky Ardiyansah, Fajar Junaedi, Ch. Herutomo,
S. Bakti Istiyanto, Nuryah Asri Sjafirah, Efi Fadila, Achmad Abdul Basith,
Syafuruddin Pohan, Lusiana Andriani Lubis, Moch. Imron Rosyidi,
Annis Azhar Suryaningtyas, Hairunnisa, Annisa Wahyuni A, Kadek Dristiana D,
Akhdad Rosihan, Septiana Wulandari, Puspita Devi

Desain Cover :

Ibnu Teguh W

Lay Out :

Ibnu Teguh W

Penerbit:

Buku Litera Yogyakarta

Minggiran MJ II/1378, RT 63/17 Suryodiningratan, Mantrijeron, Yogyakarta

Telp. 0274-388895, 08179407446. Email: bukulitera3@gmail.com

Kata Pengantar

Kajian tentang komunikasi lingkungan mulai banyak dikaji oleh para peneliti dalam bidang ilmu komunikasi, hal ini dikarenakan kesadaran dan kepekaan terhadap permasalahan lingkungan mulai muncul pada masyarakat Indonesia. Selain itu hampir tiap tahun Indonesia selalu mengalami bencana alam di berbagai daerah, sehingga masyarakat mulai memikirkan bagaimana memperbaiki lingkungan.

Kajian dan penelitian komunikasi bencana juga cukup cepat perkembangannya dalam beberapa tahun terakhir, karena beberapa penelitian terdahulu yang sudah dilakukan oleh para peneliti komunikasi mampu memberikan solusi bagi permasalahan komunikasi dalam situasi bencana yang terjadi diberbagai daerah di Indonesia.

Salah satu aspek yang menyatukan kajian komunikasi lingkungan dan komunikasi bencana adalah permasalahan kebencanaan. Maka ketika dua kajian ini dijadikan dalam satu buku maka pembaca akan melihat keterkaitan satu tulisan dengan tulisan yang lain meskipun lokasi penelitian, metode, dan permasalahan yang dikaji berbeda-beda.

Merayakan kajian di ranah komunikasi lingkungan dan komunikasi bencana, Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM) menerbitkan buku *Komunikasi Lingkungan dan Komunikasi Bencana di Indonesia* yang sedang Anda pegang ini. Buku ini berisi berbagai kajian dari para dosen dan akademisi Ilmu Komunikasi dari berbagai perguruan tinggi di Indonesia di ranah komunikasi lingkungan dan komunikasi bencana.

Akhirnya buku ini bisa menjadi salah satu rujukan bagi mata kuliah komunikasi lingkungan dan komunikasi bencana di berbagai perguruan tinggi, sekaligus menjadi rujukan dalam penelitian di ranah komunikasi lingkungan dan komunikasi bencana.

Buku ini sekaligus adalah kado bagi Kongres V ASPIKOM yang berlangsung di Kota Solo tanggal 24 sampai 26 Juli 2019. Selamat berkongres ASPIKOM !

Yogyakarta, 15 Juli 2019

Editor

Filosa Gita Sukmono

Yani Tri Wijayanti

Daftar Isi

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Strategi Komunikasi Penggunaan Energi Terbarukan Menghadapi Perubahan Iklim di Indonesia	
<i>Atwar Bajari, Ilham Gemiharto</i>	1
Lingkungan Sebagai Simbol Komunikasi Etnoekologi Komunikasi Masyarakat Semende Darat Sumatera Selatan	
<i>Yenrizal</i>	11
Mengangkat Kearifan Lokal dalam Pelestarian Lingkungan	
<i>Uud Wahyudin, Atwar Bajari</i>	25
Membangun Etika Lingkungan	
<i>Uud Wahyudin, Kismiyati El Karimah.....</i>	31
Model Komunikasi Pengelolaan Lingkungan: Adaptasi UN Global Compact Management Model dan Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia No.3 Tahun 2014	
<i>Miftah Faridl Widhagdha</i>	39
Pengaruh Usabilitas dan Informasi Pada Kampanye “Kangpisman” Melalui Instagram Terhadap Perilaku Mengelola Sampah	
<i>Cholidah Astri Pertiwi, Edy Prihantoro, Kiayati Yusriah</i>	49
Peran Komunikasi Pembangunan Media Massa dalam Proses Mitigasi Bencana di Indonesia	
<i>Ade Putranto Prasetyo Wijiharto Tunggal, Erwin Rasyid, dan Wuri Rahmawati</i>	81
Komunikasi Mitigasi Bencana Sebagai Kewaspadaan Masyarakat Menghadapi Bencana	
<i>Dewi Kurniawati.....</i>	93
Manajemen Peliputan Berita Televisi Berbasis Jurnalisme Bencana di TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah	
<i>Riky Ardiyansah, dan Fajar Junaedi</i>	101

Sambatan Sebagai Bentuk Komunikasi Tradisional Untuk Membangun Kembali Wilayah Pascabencana <i>Ch. Herutomo dan S. Bektu Istiyanto</i>	115
Membangun Sinergi Antara Masyarakat, Alam dan Budaya Kawasan Pantai “Sayang Heulang” Untuk Terwujudnya Wisata Berbasis Kearifan Lokal <i>Nuryah Asri Sjafirah, Efi Fadila, Achmad Abdul Basith</i>	121
Pemenuhan Kebutuhan Informasi dan Pemilihan Saluran Komunikasi Yang Efektif Bagi Komunitas “Forum Petani Sipirok” di Kabupaten Tapanuli Selatan <i>Syafruddin Pohan, Lusiana Andriani Lubis</i>	129
Radio Komunitas sebagai Alternatif Media Massa Pembangunan di Kepulauan Madura <i>Moch. Imron Rosyidi, Annis Azhar Suryaningtyas</i>	139
Kampanye Komunikasi Persuasif Lingkungan pada Program Relokasi Sungai Karang Mumus Kota Samarinda <i>Hairunnisa, Annisa Wahyuni A, Kadek Dristiana D</i>	151
Analisis Preferensi Informasi Masyarakat dalam Mitigasi Bencana Alam di Kabupaten Ogan Komering Ulu <i>Akhmad Rosihan, Septiana Wulandari, Puspita Devi</i>	171
Tentang Editor	151

Strategi Komunikasi Penggunaan Energi Terbarukan Menghadapi Perubahan Iklim di Indonesia

Atwar Bajari, Ilham Gemiharto

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran

Email : atwar.bajari@gmail.com, ilham265@gmail.com

Pendahuluan

Konsep Energi Baru dan Terbarukan (EBT) atau Energi Terbarukan (ET) diperkenalkan sekitar 1970-an, sebagai bentuk antisipasi akan persediaan energi berbahan baku fosil yang semakin menipis. Secara umum, EBT merupakan sumber energi yang dapat dipulihkan secara alami, melalui proses yang berkelanjutan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa setiap EBT juga merupakan energi berkelanjutan (sustainable energy) karena EBT, seperti air, angin, dan tenaga surya, akan selalu tersedia di Bumi dan dapat terus diperbarui.

Penyediaan energi merupakan salah satu tantangan khususnya bagi masyarakat di negara berkembang. World Energy Outlook (2011) dalam Imelda dan Tumiwa (2013) menyatakan terdapat lebih dari 3 (tiga) miliar warga di negara berkembang yang bergantung pada biomassa tradisional untuk keperluan memasak dan masih ada 1,5 (satu setengah) miliar penduduk dunia yang hidup tanpa listrik. Ironisnya, di saat perusahaan penyedia energi (energy services), seperti PLN, sudah mampu menyediakan listrik, jutaan warga miskin tidak mampu membelinya. Ketiadaan akses terhadap energi ini membuat penduduk di negara berkembang kehilangan untuk meningkatkan perekonomian mereka.

Meskipun bukan merupakan kebutuhan pokok, energi merupakan sarana pendukung dalam memenuhi kebutuhan pokok. Tanpa energi, upaya masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pokoknya lebih sulit. Masyarakat membutuhkan energi untuk mengolah bahan pangan menjadi makanan siap saji. Masyarakat juga membutuhkan energi untuk dapat mengolah air minum sehingga layak minum dan menjadi berbagai minuman.

Laporan Komisi Dunia untuk Pembangunan dan Lingkungan atau

World Commission on Environment and Development pada 1987 dan laporan komprehensif berjudul *World Energy Assessment: Energy and the Challenge of Sustainability* oleh UNDP, UNDESA dan WEC, yang diterbitkan pada 2000 mengungkapkan hubungan yang erat antara ketersediaan energi dan kemiskinan. Oleh karena itu, penyediaan energi bagi seluruh umat manusia dirasakan sangat mendesak.

Menurut penelitian yang dilakukan Fikry dkk., (2017), Indonesia hingga saat ini masih bergantung sepenuhnya pada energi yang tidak dapat diperbarui, seperti minyak bumi, batu bara dan gas alam, sebagai sumber kebutuhan energi. Sementara itu, hasil implementasi yang telah dilakukan oleh pemerintah untuk mewujudkan bauran EBT masih mengalami berbagai kendala. Kendala tersebut, antara lain kendala teknis dan nonteknis, serta persaingan harga tarif dengan energi fosil yang cenderung lebih murah sehingga pembangunan EBT menjadi terhambat dan bauran energi yang dicapai dari EBT baru sekitar 6,2 % secara keseluruhan dengan pertumbuhan 0,39% per tahun.

Saat ini penggunaan EBT sudah mendesak untuk dikembangkan, mengingat ancaman pemanasan global yang memicu perubahan iklim di dunia termasuk Indonesia telah memberikan dampak melalui banyaknya bencana alam yang tidak lazim seperti gelombang panas ekstrim di Australia dan gelombang dingin ekstrim di Amerika Serikat pada 2018. Tulisan ini membahas strategi komunikasi lingkungan dalam menghadapi tantangan perubahan iklim di Indonesia.

Penelitian mengenai strategi komunikasi lingkungan dalam menghadapi tantangan perubahan iklim di Indonesia ini merupakan hasil kajian dari berbagai literatur mengenai perubahan iklim yang telah terbit dalam beberapa tahun terakhir ini.

Pembahasan

Potensi EBT yang dimiliki Indonesia cukup besar, namun belum dapat dimanfaatkan dengan optimal, bahkan pada beberapa potensi EBT mengalami penyusutan, seperti pada potensi energi air (PLTA) dari 75 GW menjadi 26 GW. Hasil penelitian *Master Plan Study for Hydro Power Development in Indonesia* pada 2011 menemukan bahwa potensi energi air nasional sebesar 26.321 MW, yang sebagian di antaranya masih dalam tahap konstruksi.

Dalam perkembangannya, pembangkit listrik EBT masih

menghadapi beberapa hambatan, di antaranya kendala keekonomian, salah satunya karena beberapa komponen EBT masih diimpor dan memiliki kandungan lokal yang minim, harganya menjadi mahal dan membuat harga energi yang dihasilkan tidak terjangkau oleh masyarakat.

Selain itu, harga jual energi fosil, seperti minyak tanah, bensin, solar, gas, dan batubara, masih rendah dan lebih terjangkau oleh masyarakat umum dibandingkan dengan bahan bakar yang dihasilkan oleh EBT. Teknologi pembangunan pembangkit listrik dan manajemen EBT pun belum dikuasai sepenuhnya oleh tenaga ahli lokal. Di samping itu, pembangkit listrik EBT saat ini sulit mengimbangi pertumbuhan kebutuhan listrik yang cepat. Dari sisi akademis, saat ini masih terbatasnya studi dan penelitian yang dilakukan untuk mengembangkan teknologi EBT. Penelitian tersebut juga terkendala oleh biaya dan sumber daya manusia.

Hal yang menguntungkan namun menjadi kelemahan Indonesia adalah potensi panas bumi, wilayah *ring of fire* yang membentang dari Sumatera, Jawa, hingga Sulawesi yang memiliki medan cukup sulit untuk ditempuh dan dijangkau serta memerlukan waktu yang lama untuk membuka jalan dalam memproduksi EBT. Kondisi letak geografis Indonesia yang membawa keuntungan dalam hal energi pun, pada lain sisi membawa kelemahan dalam hal pengembangan dikarenakan Indonesia terdiri atas ribuan pulau yang terpisahkan oleh laut dan selat. Pembangunan infrastruktur produksi dan distribusi energi pun menjadi lebih sulit karena harus terpartisi di setiap daerah yang berbeda. Yang terakhir kondisi sosial masyarakat setempat yang terkadang menjadi penghalang dalam pembangunan sumber EBT.

Peluang perkembangan EBT di Indonesia ditinjau dari 3 hal, yaitu faktor kedaulatan energi, target kebijakan kapasitas pembangkit listrik, dan dukungan kebijakan pengembangan. Pemerintah terus mendorong arah kebijakan dan realisasi target pembangunan di sektor energi guna mewujudkan kedaulatan energi nasional. Saat ini pembangunan di sektor energi terus ditingkatkan mengacu pada peraturan dan target yang ada yang tercermin dari realisasi produksi sumber daya energi baik energi fosil, maupun EBT, yang bertujuan untuk meningkatkan rasio elektrifikasi sesuai target yang ditetapkan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015-2019.

Arah kebijakan bidang energi nasional sesuai RPJMN 2015-2019

diarahkan untuk meningkatkan peranan energi baru terbarukan dalam bauran energi melalui insentif dan harga yang tepat untuk mendorong investasi, pemanfaatan aneka EBT dan bioenergi untuk pembangkit listrik dan pemanfaatan bahan bakar nabati. Kemudian kebijakan energi nasional juga harus meningkatkan aksesibilitas melalui penyediaan listrik untuk pulau-pulau dan desa-desa terpencil, termasuk desa nelayan dengan energi surya dan EBT lainnya.

Selain itu kebijakan bidang energi nasional juga dilakukan dengan cara meningkatkan efisiensi dalam penggunaan energi, melalui kampanye hemat energi, pengembangan insentif dan mekanisme pendanaan utk pembiayaan upaya efisiensi energi, peningkatan kemampuan teknis manajer dan auditor energi, peningkatan peran dan kapasitas perusahaan layanan energi (ESCO), pengembangan penggunaan sistem danteknologi industri hemat energi, optimalisasi instrumen kebijakan konservasi energi sesuai PP No. 70/2009 tentang Konservasi Energi.

Yang terakhir kebijakan energi nasional diwujudkan melalui pemanfaatan potensi sumber daya air untuk PLTA, diantaranya melalui insentif untuk percepatan pembangunan PLTA, yaitu dispensasi pemanfaatan kawasan hutan untuk pembangunan PLTA, pengaturan harga jual listrik dan penyediaan lahan, serta penyederhanaan regulasi dan dokumen persyaratan perizinan pembangunan PLTA.

Aspek kedua yaitu mengenai target kebijakan kapasitas pembangkit listrik dimana pemerintah pada 2015 telah menetapkan target untuk menambah kapasitas pembangkit listrik sebesar 35.000 Megawatt (MW) pada akhir 2019 dengan asumsi pertumbuhan ekonomi 7% per tahun dan pertumbuhan kapasitas pembangkit listrik 8,5% per tahun sejak 2015. Namun pada kenyataannya pertumbuhan ekonomi hanya mencapai 5% per tahun, sehingga hingga akhir 2018, kapasitas terpasang baru mencapai 2.899 MW, jauh dari target semula. Pemerintah akhirnya merevisi target 35.000 MW hingga akhir tahun 2026, dengan target antara sebesar 17.116 MW yang akan dicapai pada tahun 2021 dan 18.207 MW pada 2022-2023 dengan mempertimbangkan tahap konstruksi yang sudah berjalan saat ini namun beberapa diantaranya masih terkendala pembebasan lahan dan perizinan.

Dari target 35.000 MW, Kementerian ESDM mencanangkan 25% atau 8.750 MW diantaranya merupakan EBT yang terdiri dari energi panas bumi sebesar 20% atau 1.750 MW, energi hidro/air sebanyak 28% atau 2.438 MW, bionergi sebesar 13% atau 1.156 MW, dan EBT

lainnya termasuk energi surya (matahari), energi bayu (angin), energi pasang laut sebanyak 39% atau 3.405 MW. Adapun anggaran negara yang dialokasikan untuk mewujudkan target tersebut adalah sebanyak lebih dari 402 triliun rupiah.

Dampak sosial ekonomi maupun lingkungan akibat perubahan iklim semakin nyata, karena efek rumah kaca yang mendorong pemanasan global hingga tingkat yang mengkhawatirkan. Perubahan iklim dan pemanasan global telah memicu peningkatan bencana alam, dan menimbulkan krisis pangan di berbagai negara.

Lembaga Meteorologi Dunia menyoroti kenaikan permukaan laut yang diakibatkan oleh kenaikan permukaan laut, mencairnya gunung es di kutub utara dan meningkatnya suhu di kutub selatan. Tahun 2018 ditandai dengan fenomena ekstrem seperti gelombang hawa dingin di utara katulistiwa dan gelombang panas di bagian Selatan katulistiwa, yang menimbulkan korban jiwa dan berbagai kerugian materiil.

Pada tahun 1994 tingkat karbon dioksida yang menimbulkan efek gas rumah kaca dunia mencapai 357 bagian per juta (per million/ppm), namun pada 2017 sudah mencapai 405,5 ppm pada 2017, dan diperkirakan terus mengalami peningkatan hingga kini. Kedua indikator perubahan iklim di atas yaitu tingkat karbon dioksida dan efek gas rumah kaca akan terus meningkat dan sulit untuk dihentikan.

Perubahan iklim memiliki resiko dan dampak terhadap kesehatan, keamanan pangan, dan lingkungan. Berbagai kasus cuaca ekstrem muncul di berbagai belahan dunia. Sepanjang tahun 2018, bencana alam akibat perubahan iklim berdampak terhadap 62 juta orang di seluruh dunia. Bencana yang paling fatal dan menimbulkan banyak korban adalah siklon tropis dan banjir dahsyat di benua Afrika yang menimbulkan korban jiwa ribuan orang. Sementara udara dingin ekstrim di Amerika Utara dan gelombang panas di Australia menimbulkan kerugian materiil hingga milyaran dolar.

Sementara di Indonesia sendiri, dimana 74 persen wilayahnya memiliki resiko bencana yang tinggi, mengalami bencana ekstrim berupa banjir bandang, tanah longsor akibat curah hujan yang tinggi yang dikaitkan dengan perubahan iklim. Akibat lainnya adalah suhu udara panas yang mengakibatkan kebakaran hutan di Sumatera dan Kalimantan, yang menimbulkan kerugian tidak terhitung khususnya bagi ekosistem lingkungan di kawasan hutan tropis nasional.

Peningkatan ancaman bencana terkait iklim dan geologi nasional dipengaruhi beberapa faktor. Pertama, fenomena geologi yang semakin dinamis. Fenomena geologi sangat terkait dengan terjadinya ancaman bencana dan termasuk faktor yang sulit diprediksi. Contohnya saat terjadi erupsi Gunung Sinabung. Erupsi gunung api yang berlokasi di Dataran Tinggi Karo, Kabupaten Karo, Sumatra Utara terjadi setelah tidak terdapat aktivitas selama 1.200 tahun. Selain itu, pengangkatan bagian selatan pulau Jawa dan penurunan di bagian utaranya yang berpotensi terjadi banjir dan rob bisa sulit diprediksi.

Kedua, perubahan iklim yang semakin ekstrem. Perubahan iklim yang terjadi di Indonesia cenderung semakin ekstrem. Dampak sudah terlihat di antaranya, beberapa pulau kecil di Indonesia bagian timur yang makin mengecil luasnya atau bahkan hilang. Yang sekarang kian dirasakan juga semakin tidak pastinya musim hujan dan kemarau. Masa peralihan musim, baik dari musim hujan ke musim kemarau atau sebaliknya bisa berujung terjadinya banjir, tanah longsor, dan kekeringan.

Ketiga, degradasi lingkungan yang kian meningkat. Degradasi ini merupakan dampak pembangunan yang tidak terkendali. Pemenuhan lahan terkait kebutuhan permukiman, pertambangan, dan pembangunan juga semakin bertambah. Pemanfaatan lahan yang tidak terkendali dan menyimpang dari tata ruang yang disepakati mengakibatkan meningkatnya degradasi lingkungan yang akan menambah ancaman bencana di masa mendatang.

Keempat, bonus demografi yang tidak terkontrol. Adanya bonus demografi termasuk hal yang patut disyukuri. Tetapi harus dikelola dengan baik. Apabila tidak maka akan berkontribusi terhadap peningkatan ancaman bencana terkait antropogenik (aktivitas manusia).

Pemerintah Indonesia sebagai salah satu negara yang mengadopsi Perjanjian Paris 2015 mengajukan inisiatif pentingnya pembangunan rendah karbon dalam Nationally Determined Contribution (NDC)' yang menetapkan target penurunan emisi gas rumah kaca sebesar 29% hingga 41% sebelum tahun 2030.

Pedoman Pelaksanaan Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan memuat Rencana Aksi SDGs termasuk diantaranya mengatasi perubahan iklim. Pedoman ini menjadi referensi dalam penyusunan Rencana RPJMN 2020-2024 dan Rencana Kerja Tahunan yang disusun setahun sebelumnya untuk menjamin terselenggaranya

pembangunan ekonomi hijau dan rendah karbon. Indonesia terus mengembangkan pola pembangunan rendah karbon melalui sinkronisasi upaya penurunan emisi gas rumah kaca dengan keseimbangan pembangunan ekonomi dan pengentasan kemiskinan. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

Seluruh upaya ini diharapkan oleh didukung oleh pengambil kebijakan, pelaku bisnis, dan organisasi masyarakat lainnya dengan bersama-sama melakukan aksi-aksi mitigasi, mengidentifikasi peluang yang ada, memprioritaskan langkah/tindakan, dan mengembangkan strategi untuk memenuhi target mitigasi perubahan iklim di Indonesia, yang selaras dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan/Sustainable Development Goals (TPB/SDGs).

Penyusunan strategi ini dilakukan dengan mengidentifikasi peran, dukungan dan inovasi dari berbagai institusi pembangunan yang dapat mendukung upaya penanganan perubahan iklim di Indonesia diantaranya dari sektor energi dan sumber daya hutan dan lahan, termasuk pertanian, kehutanan dan peternakan. Deputy Bidang Kemaritiman dan Sumber Daya Alam, Arifin Rudiyanto, menyatakan bahwa tantangan terdekat yang dihadapi Indonesia adalah bagaimana memperkuat intervensi kebijakan dan inisiatif yang dapat memberikan kontribusi yang nyata dalam RPJMN 2020-2024 untuk mencapai target Paris Agreement dan Agenda 2030.

Saat ini dampak perubahan iklim di Indonesia sudah di depan mata, sehingga sudah waktunya semua pihak melakukan aksi dan upaya nyata untuk menangani dampak yang muncul dan mengendalikan perubahan iklim supaya tidak semakin parah. Terdapat dua langkah pokok untuk mengatasi perubahan iklim. Langkah pertama adalah melakukan adaptasi yang bertujuan untuk mengatasi dampak perubahan iklim. Sementara langkah kedua adalah mitigasi yang bertujuan untuk mengendalikan perubahan iklim. Adaptasi diwujudkan melalui beragam aksi dalam mengatasi dampak perubahan iklim yang telah ada dan mencegah dampak perubahan iklim yang akan timbul.

Sementara itu mitigasi diwujudkan dengan cara menemukan beragam faktor penyebab perubahan iklim dan melakukan upaya untuk menguranginya. Mitigasi misalnya dilakukan dengan cara mengurangi kadar emisi gas buang dari kendaraan bermotor atau melakukan

reboisasi hutan lindung dan konservasi hutan hujan di negara-negara tropis. Baik adaptasi maupun mitigasi harus dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan oleh seluruh negara-negara di dunia agar dapat memastikan keberlanjutan kehidupan di muka Bumi ini. Saat ini perubahan iklim harus dipandang sebagai tantangan yang harus segera dihadapi dan diatasi dengan baik. Hal ini tentu saja menuntut kesadaran dan peran serta aktif semua pihak, bukan hanya pemerintah saja namun seluruh lapisan masyarakat

Penutup

Dari pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Pertama, strategi komunikasi lingkungan melalui kampanye penggunaan energi terbarukan terus digaungkan dalam mengurangi dampak negatif penggunaan energi fosil yang meningkatkan pemanasan global dan efek rumah kaca hingga tingkat yang mengkhawatirkan.

Kedua, strategi komunikasi penggunaan energi terbarukan dalam menghadapi perubahan iklim di Indonesia, diperlukan dukungan para pengambil kebijakan, pelaku bisnis, dan organisasi masyarakat lainnya dengan bersama-sama melakukan aksi-aksi mitigasi, mengidentifikasi peluang yang ada, memprioritaskan langkah/tindakan, dan mengembangkan strategi untuk memenuhi target mitigasi perubahan iklim di Indonesia.

Ketiga, Saat ini perubahan iklim harus dipandang sebagai tantangan yang harus dihadapi dan diatasi dengan baik, diperlukan strategi komunikasi yang tepat melalui kampanye yang masif dalam menyebarluaskan informasi mengenai energi terbarukan dan menghadapi perubahan iklim di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi, 2017. *Outlook Energy Indonesia*, Jakarta: Kementerian ESDM
- Buckingham, D., 2003. *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture (Pendidikan Media: Literasi, Pembelajaran, dan Budaya Kontemporer)*. Cambridge: Polity.

- Darajati, Wahyuningsih. 2015. Upaya Pencapaian Target Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) di Indonesia. Jakarta: Kementerian PPN/Bappenas.
- Dirjen EBTKE, 2018. *Rasio Elektrifikasi di Indonesia*, Jakarta: Kementerian ESDM.
- Dirjen EBTKE. 2015. *Renstra Ditjen EBTKE 2015-2019*. Jakarta: Kementerian ESDM.
- Dirjen EBTKE. 2017. *Laporan Kinerja EBTKE 2016*. Jakarta: Kementerian ESDM
- Fikry, Adzikri, Didik Notosudjono, dan Dede Suhendi, 2017. *Strategi Pengembangan Energi Terbarukan di Indonesia*. Bogor: Universitas Pakuan.
- Godemann, Jasmin, Michelsen, Gerd, 2011. *Sustainability Communication Interdisciplinary Perspectives and Theoretical Foundation*.
- Hikam, M, A. 2014. *Ketahanan Energi Indonesia 2015-2025, Tantangan dan Harapan*. Jakarta: CV. Rumah Buku.
- IEA, 2011. *World Energy Outlook 2011: Energy for All Financing Access for the Poor*, Paris: IEA.
- Imelda, Henriette dan Tumiwa, Fabby. 2013. *Peningkatan Akses Energi: Inisiatif Energi Berkelanjutan dan Implikasinya pada Indonesia*. Jakarta: IESR.
- International Energy Agency. 2010. *Energy Poverty: How to Make Modern Energy Access Universal*, Paris: OECD/IEA.
- Kartikawangi, Dorien, 2016. *Symbolic Convergence of Local Wisdom in Cross Cultural Collaborative Social Responsibility*. Elsevier.
- Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral. 2015. *Pembelian Tenaga Listrik dari PLTS Fotovoltaik oleh PT. PLN (Persero)*. Jakarta: Kementerian ESDM.
- Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral. 2015. *Pembelian Tenaga Listrik dari Pembangkit Listrik Tenaga Air dengan Kapasitas sampai dengan 10 MW oleh PT. Perusahaan Listrik Negara*. Jakarta: Kementerian ESDM.
- Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral. 2015. *Renstra KESDM 2015- 2019*. Jakarta: Kementerian ESDM.
- Riawati, Nian dan Eksi, Anggraeni. 2014. *Pengembangan Energi Terbarukan Melalui Program Konversi Minyak Tanah ke LPG*. Yogyakarta: STIA-AAN.

- UNESCO, 2013. UNESCO Priority Gender Equality Action Plan For 2014-2021 (Rencana Aksi Kesetaraan Gender Prioritas UNESCO untuk tahun 2014-2021), Paris: UNESCO.
- UNESCO, 2016. Roles of The Media in Realising The Future We Want. Prosiding Bali Road Map. Paris: UNESCO.
- United Nations, 1999. UN Resolutions 52/13: Culture of Peace and Declaration and Programme of Action on a Culture of Peace (Budaya Damai dan Deklarasi dan Program Aksi untuk Budaya Damai), New York: United Nations.
- World Commission on Environment and Development, 1987. *Our Common Future*, Oxford: WCED

Lingkungan Sebagai Simbol Komunikasi Etnoekologi Komunikasi Masyarakat Semende Darat Sumatera Selatan

Yenrizal

Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UIN Raden Fatah

Email : yenrizal_uin@radenfatah.ac.id

Pendahuluan

Sehabis subuh kala itu, embun masih menggelayut di rerimbunan daun kopi. Pucuk-pucuk pohon durian, nangka dan beberapa tanaman hutan lainnya tampak meliuk-liuk diterpa angin subuh. Sisa-sisa hujan semalam masih menyisakan tetesan air di ujung-ujung dedaunan. Dinginnya udara menusuk tulang, seakan seirama dengan matahari yang tampak enggan keluar. Bunyi hewan malam sudah berganti dengan kicauan burung, pertanda sebentar lagi, kehidupan akan dimulai.

Sepagi itu, Syaiful dan istri sudah sibuk di rumahnya. Ia menyiapkan parang, cangkul, dan Kinjar (keranjang rotan). Sementara istrinya sudah selesai memanaskan air, menyeduh kopi dan menaruh gorengan panas di meja. Syaiful bersiap berangkat, kebun kopi sudah menunggu untuk dibersihkan.

Saya yang mengamati sedikit ragu, sisa hujan semalam masih kentara, dingin masih menusuk. Tidakkah hari ini akan turun hujan? Jika hujan, tentu butuh persiapan berbeda, karena jalanan menanjak menuju kebun bukan sesuatu yang mudah untuk dilewati. Tanah becek sisa hujan saja itu sudah sesuatu yang berat, apalagi diguyuri air dingin dari langit. Khawatir apakah memang perlu ke kebun hari ini.

“Tenang saja, insyaallah tidak hujan hari ini. Air hujan sudah diturunkan semua tadi malam,” ujar Syaiful seolah bercanda. Saya lihat ia begitu yakin, yang membuat saya memberanikan diri ikut ke kebun. Sepanjang perjalanan kami tempuh tanah becek sisa hujan semalam. Ramalan Syaiful ternyata tepat sekali. Sampai di kebun tak ada hujan, bahkan matahari bersinar semakin terang. Hingga sore hari, cuaca terasa sejuk dan sedikit panas.

“Kamu bisa lihat, jika pagi itu ada kabut tipis di puncak Bukit Balai, maka itu pertanda bahwa cuaca akan terang, tidak hujan. Sebaliknya, jika kabut itu tebal, besar kemungkinan hujan akan turun,” itu penjelasan Syaiful. Patokannya adalah tanda-tanda alam yang tampak dari fenomena yang dialami sehari-hari.

Kisah di atas bukanlah sebuah ilustrasi semata, tetapi pengalaman konkrit sekaligus data kualitatif utama saat saya menjalani riset di tanah Semende, tepatnya di Desa Tenam Bungkok, Kabupaten Muara Enim, Sumatera Selatan. Apa yang tampak dalam penjelasan di atas menunjukkan bahwa masyarakat pedesaan memiliki pola-pola tersendiri dalam melaksanakan kehidupannya, yang umumnya didasarkan pada realitas lingkungan alam setempat.

Ikhwal kajian mengenai hubungan manusia dengan lingkungan alam ini, sudah banyak menjadi bahasan para ahli. AT Rambo (1984) menjelaskan bagaimana pola keterikatan itu dengan sebuah model yang disebut *social system and ecosystem interaction models*. Model ini menekankan bahwa hubungan manusia dengan lingkungan alam merupakan interaksi yang menyalurkan tiga hal yaitu materi, energi, dan informasi. Antropolog ini menunjukkan juga bahwa hubungan tersebut berlangsung terus menerus dan akan terus mengalami dinamika sesuai kondisi yang ada.

Sementara itu, Harold D Conklin (1963) yang melakukan riset di Hanuno Philipina mengutarakan bahwa pola hubungan antara manusia dengan lingkungannya, menunjukkan dialektika yang terus berproses. Sudut pandang manusia dalam melihat lingkungan alamnya akan sangat menentukan. Conklin pula yang kemudian memunculkan konsep tentang etnoekologi, yang menekankan pada sudut pandangan lingkungan alam dalam kacamata masyarakat itu sendiri.

Di Indonesia sendiri, riset dari Johan Iskandar (2012) menunjukkan pola hubungan antara manusia dengan lingkungan adalah sebuah keniscayaan. Ini tampak dari bagaimana masyarakat Badui di Banten, menata ruang mereka, menyesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi kehidupan mereka. Komunitas Badui bahkan menerapkan sistem zonasi khusus yang ditujukan untuk perlindungan kehidupan mereka.

Pada contoh lain, komunitas masyarakat pedalaman di Sumatera Selatan, seperti di Desa Tanah Pilih, kawasan TN Berbak Sembilang, pola-pola pemaknaan terhadap kondisi lingkungan juga tampak nyata.

Masyarakat di wilayah ini, melakukan usaha-usaha pertanian dengan tetap bersandar pada aspek keragaman tanaman, atau kerap disebut pertanian multikultur. Masyarakat juga melakukan pembuatan siring-siring secara teratur yang berguna untuk mengatur sirkulasi air dengan baik. Tata perumahan yang tidak menyentuh tanah, tanpa menimbun juga memberikan jaminan terhadap kelancaran air pasang surut (Yenrizal, 2017).

Semua ilustrasi dan hasil riset di atas menunjukkan sebuah pola hubungan kuat antara manusia dengan lingkungan alamnya. Alam pada posisi ini menunjukkan peran besanya yang kemudian akan menentukan bagaimana ritme kehidupan manusia disekitarnya. Miller dan Spoolman (2009) mengatakan bahwa pada alam terdapat kekuatan besar yang disebut modal alam (*natural capital*) yang merupakan gabungan dari sumber daya alam (*natural resources*) dan perlakuan dari alam itu sendiri (*natural services*). Manusia kemudian melakukan penyesuaian dengan kondisi yang ada, melakukan perlakuan khusus pula.

Penyesuaian-penyesuaian yang muncul dalam bentuk tindakan-tindakan nyata dari manusia. Pada saat ini, sebenarnya ini tidak hanya muncul dalam bentuk perlakuan di masyarakat pedesaan. Kecenderungan juga muncul pada konteks komunitas lainnya, seperti perkotaan. Semuanya memulai melakukan berbagai metode yang menunjukkan adaptasi terhadap lingkungan setempat.

Menjadi menarik melihat sisi ini lebih jauh, terutama pada aspek bagaimana manusia kemudian memberikan makna tersendiri terhadap lingkungan alamnya. Kajian ini sebenarnya sudah cukup banyak tampak di keilmuan Antropologi dan Ilmu Lingkungan. Riset dari Conklin, Rambo, Iskandar, Puri (1995), dan Lahajir (2001) menunjukkan hal tersebut. Puri melakukan risetnya di kawasan pedalaman Kalimantan Tengah, begitu juga dengan Lahajir di wilayah Dayak. Semuanya menunjukkan hasil bahwa interaksi manusia dengan alamnya menjadi rutinitas dan terwujud dalam perlakuan sehari-hari.

Sementara itu, bahasan dari kajian lain, khususnya Ilmu Komunikasi, relatif masih minim. Sebenarnya ini adalah wilayah kajian yang menarik karena akan menunjukkan peran utama Ilmu Komunikasi dalam ranah masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu, perspektif Komunikasi Lingkungan bisa menjadi pintu masuk utama. Mengacu pada gagasan Cox (2010) bahwa komunikasi lingkungan adalah sarana konstitutif

dan pragmatis bagi pemahaman manusia dengan lingkungan serta hubungan manusia dengan alam. Hal ini adalah media simbolis yang digunakan dalam mengkonstruksi masalah-masalah lingkungan dan menegosiasikan respon yang berbeda dalam masyarakat.

Kajian tentang komunikasi lingkungan sudah dilakukan jauh sebelumnya, terutama gagasan dari Rachel Carson (1962) dalam bukunya *The Silent Spring*. Carson khusus membahas bagaimana dampak pembangunan, modernisasi dan berbagai aktifitasnya berakibat terhadap kondisi lingkungan yang ada, terutama satwa. Disebutkan bahwa sebaran penggunaan pestisida dan bahan kimia berbahaya telah menyebabkan keracunan pada berbagai makhluk. Carson mengatakan perlunya transformasi hubungan antara manusia dengan alam yang menekankan pada sisi pembangunan kesadaran lingkungan manusia.

Transformasi dan pola hubungan manusia dengan lingkungan inilah yang kemudian bisa ditarik menjadi titik sentral kajian komunikasi lingkungan, yaitu menekankan pada aspek pemaknaan manusia mengenai lingkungan sekitarnya. Gagasan ini kemudian dilaksanakan dalam bentuk kajian etnoekologi komunikasi. Etnoekologi komunikasi berasal dari kajian Etnoekologi yang digagas oleh Harold Conklin, yang kemudian dikembangkan menjadi sebuah kajian berbasis pada teknik-teknik dalam etnografi, khususnya etnografi komunikasi (Yenrizal, 2018). Gagasan ini menekankan pada sudut pandang dalam melihat keterhubungan manusia dengan lingkungan adalah suatu bentuk pola hubungan yang saling mempengaruhi dengan titik tekannya pada pemaknaan manusia mengenai kondisi lingkungan setempat. Sasaran kajian etnoekologi komunikasi adalah pada keseimbangan dan keserasian pola hubungan yang terjalin.

Komunitas di Semende Darat yang menjadi bahasan kajian ini dilihat pada aspek keterhubungan tersebut. Pemaknaan simbol-simbol alam yang kemudian menunjukkan proses komunikasi yang terjadi, menjadi salah satu fokus bahasan. Selain itu, simbol-simbol yang ada pada dasarnya bukanlah sesuatu yang tak bermakna, aktifitas komunikasi antar sesama masyarakat, kemudian bisa memunculkan makna tertentu. Proses inilah yang menjadi titik fokus pada kajian ini dengan menggunakan pendekatan etnoekologi komunikasi.

Sebagai salah satu komunitas pedesaan, hidup di atas pegunungan Bukit Barisan, tetap memelihara dan melaksanakan tradisinya, komunitas

Semende Darat menjadi menarik untuk dibahas. Keunikan pada tradisi dengan adat *Bemeraje anak Belai* dan kelembagaan Tunggu Tubang menjadi faktor mendasar. Hal ini memiliki keterkaitan dengan ritme dan kondisi lingkungan disekitarnya.

Pembahasan

Wilayah Semende Darat berada di Kabupaten Muara Enim, Sumatera Selatan. Secara topografis, daerah ini ada di atas Bukit Barisan dengan ketinggian wilayah mencapai 1.400 m dpl. Jarak tempuh dari Palembang sebagai ibukota provinsi mencapai 8 jam perjalanan darat.

Sebagai wilayah dataran tinggi, cuaca dingin sangat kentara sekali dengan suhu rata-rata di siang hari berkisar 24°C. Oleh karena itu, menjadi pemandangan biasa jika menemukan warga yang berkelumun sarung atau selalu pakai jaket. Dinginnya udara ini disebabkan oleh ketinggian wilayah dan juga bukit dan hutan yang masih hijau.

Penduduk yang mendiami daerah ini adalah asli etnis Semende. Mereka merupakan komunitas asli dan yang pertama membuka wilayah hingga saat ini. Sejarah penyebaran Islam dari nenek moyang mereka Syekh Nurkhadim atau Puyang Awak, kental melekat dalam sejarah keberadaan masyarakat. Tak heran, semua penduduk beragama Islam.

Salah satu keunikan mereka adalah adat dan tradisi lokal yang masih terpelihara hingga saat ini, yaitu Adat Bemeraje Anak Belai, kerap juga disebut Adat Tunggu Tubang. Inti dari adat ini adalah sistem pewarisan harta orang tua kepada anak perempuan tertua. Harta yang diwariskan tersebut adalah rumah, sawah dan tebat (kolam ikan). Pewarisan ini bukan dalam konteks hak milik, tapi hak guna pakai. Si penerima waris (Tunggu Tubang) berhak mengelola harta yang ada, tapi wajib untuk menjaga, merawat dan mengambil hasilnya. Pada saat keluarga besar berkumpul, maka Tunggu Tubang wajib menyiapkan makanan, yang diambil dari pengolahan tanah yang ada. Tunggu Tubang ibaratkan penjaga dan pengelola harta warisan keluarga.

Kehidupan masyarakat Semende sangat tergantung pada kondisi alam setempat. Wilayah ini masuk dalam dua kecamatan yaitu Kecamatan Semende Darat Tengah dan Semende Darat Ulu. Perbedaannya hanya pada posisi, tetapi secara etnis dan juga karakteristik wilayah, keduanya sama.

Tanaman kopi dan padi menjadi andalan utama, disamping tanaman

sayur sebagai pelengkap pertanian warga. Hasil riset ini menunjukkan bahwa kopi dan padi adalah tanaman utama yang memiliki nilai tersendiri di warga Semende. Kopi merupakan tanaman sebagai simbol kesejahteraan dan juga simbol ekonomi masyarakat. Oleh sebab itu, kopi menjadi tanaman yang dianggap punya nilai ekonomis dan bisa diperjualbelikan. Tak heran kemudian masyarakat mengembangkan kopi hingga ke kaki-kaki bukit bahkan merambah sampai ke punggung bukit.

Sementara padi pada dasarnya adalah simbol identitas dan simbol kemakmuran. Padi melekat pada identitas masyarakat Semende, dimana setiap warga Semende pasti punya Tunggu Tubang dan pasti punya sawah, seluas apapun. Padi digunakan untuk keperluan makan sehari-hari warga dan simpanan untuk selama masa panen datang. Oleh karena itu padi sebenarnya tidak boleh dijualbelikan, karena ini adalah wujud ketahanan pangan warga. Pola pertanian subsisten (Yenrizal, 2018), sangat kentara sekali. Model subsisten menjadi ciri khas sekaligus identitas bagi warga pedesaan (Iskandar, 2012).

Kedekatan masyarakat dengan lingkungan alam, tergambar dari berbagai simbol-simbol alam yang melingkupinya. Lingkungan alam setempat menjadi keseharian, dan kemudian diberikan makna tersendiri oleh masyarakat. Beberapa hal yang bisa diidentifikasi, berdasarkan kajian ini adalah sebagai berikut. (1) kabut dan asap. Hal ini ada dua klasifikasi yaitu kabut adanya di perbukitan dan pegunungan, sementara asap biasanya ada di kebun. Kabut sebagaimana ilustrasi pada tulisan ini, memiliki makna-makna tersendiri, yang hanya dipahami oleh masyarakat setempat. Pemahaman terhadap ini berlangsung atas pengamatan setiap hari, yang kemudian diwariskan kepada generasi-generasi berikutnya. Proses komunikasi itu berlangsung terus menerus sembari fenomena alam juga berdinamika.

Kabut adalah simbol atau tanda-tanda alam, yang sebenarnya merupakan fenomena alam biasa, tetapi kemudian menjadi tidak biasa ketika masyarakat melekatkan makna pada simbol tersebut. Makna simbol itu juga diteruskan dari generasi ke generasi sehingga menjadi makna bersama bagi komunitas Semende.

Sementara itu, fenomena asap adalah tanda-tanda buatan manusia, tetapi menjadi salah satu sarana komunikasi. Asap berasal dari pembakaran sampah atau kayu di kebun penduduk. Kebun penduduk biasanya memiliki luas sekitar 2 Ha, posisinya ada di pinggiran kampung

dan bahkan ada yang masuk ke dalam hutan. Penduduk biasa membuat kebun dengan bersisian bersama kebun warga lain, tujuannya untuk saling tahu dan saling bantu. Untuk mengetahui ada atau tidaknya orang di kebun itu, penduduk mengandalkan asap. Oleh karena itu jika ada asap dari kebun, mereka bisa memastikan bahwa disitu ada orangnya. Hal ini dilakukan karena luasnya kebun dan sulitnya berkomunikasi langsung.

(2) Luasnya lahan sawah sebagai penentu jarak. Bagi masyarakat Semende, penentuan jarak sebuah wilayah tidaklah ditentukan dengan hitungan meter atau kilometer. Umumnya masyarakat tidak terlalu familiar dengan istilah tersebut. Mereka terbiasa dengan sebutan hamparan sawah, yaitu menunjukkan luas bidang sawah sebagai penanda jarak. Jika ditanya ke penduduk berapa jarak ke sebuah lokasi, mereka umumnya menjawab dengan menghitung hamparan, misalnya dengan mengatakan sekitar 2 hamparan sawah.

Realitas seperti itu menunjukkan pemahaman masyarakat yang memang terfokus pada karakteristik alam mereka. Satu hamparan sawah berkisar rata-rata 1 Ha, tetapi ini tidak pasti. Hamparan sawah kemudian berhubungan dengan jarak waktu tempuh yang dilalui dengan jalan kaki. Satu hamparan sawah biasanya dilewati dengan 5 menit, maka perhitungannya disesuaikan dengan jarak tersebut. Hal ini menjadi penanda bahwa sawah adalah sesuatu yang melekat pada warga Semende.

(3) Pohon sebagai penanda keberadaan hewan. Bagi masyarakat Semende, hidup dengan alam berarti hidup dengan ekosistem lain yang ada didalamnya, termasuk hewan, baik buas maupun tidak. Terhadap ini, masyarakat melekatkan makna tersendiri pada simbol-simbol yang dilihat di alam untuk kemudian diberikan makna khusus. Pohon durian yang banyak tumbuh di hutan, terutama saat berbuah, dimaknai masyarakat sebagai daerah yang banyak didatangi Harimau. Ini didasarkan pada pengalaman mereka bahwa Harimau adalah hewan yang menyukai buah durian. Oleh karena itu, setiap kali musim durian tiba, warga akan selalu waspada jika melewati atau mengambil buah durian. Jejak-jejak kaki, bekas gigitan terhadap buah durian yang jatuh akan menjadi tanda khusus untuk menunjukkan bahwa di daerah tersebut ada Harimau atau tidak.

Begitu juga terhadap Beruang, mereka menandainya dari karakteristik batang pohon yang ada. Masyarakat sangat paham, jika di daerah tersebut terdapat pohon-pohon besar, dan dibatangnya banyak

bekas cakaran kuku, dipastikan disitu ada Beruang yang pernah datang. Tanda-tanda seperti ini sangat mudah untuk dipahami, karena bisa terlihat jelas.

(4) Membagi zonasi wilayah atas daerah sumber air, kawasan kebun dan kawasan sawah. Pembagian seperti ini didasarkan pada pengetahuan kondisi wilayah yang ada. Kawasan sumber air diletakkan di bagian paling atas masing-masing desa, yang selama ini diketahui warga sebagai wadah penampungan air secara alami. Pada wilayah tersebut ditegaskan bahwa tidak boleh dilakukan perusakan atau perubahan bentuk alam, termasuk membuka kebun disekitarnya. Zona berikutnya adalah zona kebun, terutama untuk kebun kopi. Pada beberapa hal, kebun kopi juga ada yang dirubah menjadi sawah atau sebaliknya. Hal ini dilakukan warga sesuai kebutuhan saja. Hanya saja sawah yang dijadikan kebun kopi bersifat jangka panjang, karena usia tanaman kopi yang memang dalam jangka panjang.

Simbol-simbol alam yang dimaknai masyarakat pada komunitas Semende, sebenarnya dalam kajian Antropologi identik dengan sebutan kearifan lokal (*local wisdom*). Sementara dalam perspektif komunikasi lingkungan, dengan pendekatan etnoekologi komunikasi, realitas tersebut bisa tergambar dari proses komunikasi yang berlangsung. Simbol-simbol alam adalah sesuatu yang sebenarnya sudah terjadi dengan sendirinya. Sifat alamiah sering disebutkan yang menandakan bahwa sesuatu yang terjadi di alam adalah fenomena tersendiri, kendati memang terdapat pula perlakuan alam yang merupakan respon dari stimulus yang diberikan manusia.

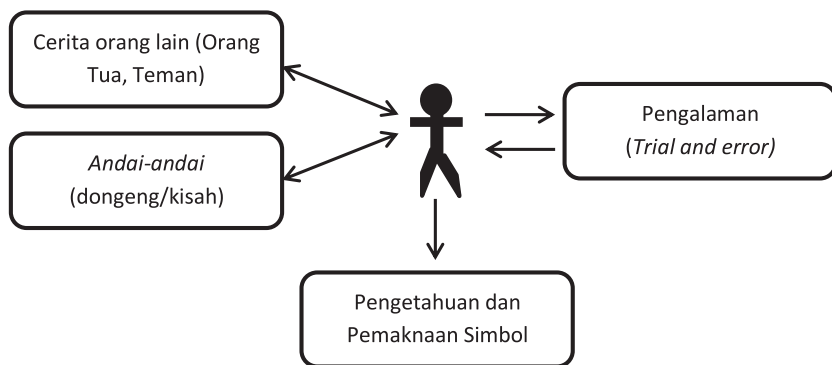
Manusia sendiri memberikan perlakuan terhadap lingkungan alamnya, didasarkan atas tanda-tanda yang diberikan alam. Perlakuan manusia inilah yang kemudian bisa menciptakan berbagai makna tentang alam sekitarnya. Kajian komunikasi lingkungan terfokus pada aspek ini, yaitu pemaknaan manusia tentang lingkungannya, penyebaran termasuk pewarisan makna (lihat Cox, 2010, Florr, 2004, Yenrizal, 2018). Realitas seperti inilah yang tampak terjadi di Semende.

Makna terhadap padi, kopi, hamparan sawah, pepohonan, binatang, tata ruang, sebagaimana penjelasan di atas, bukan terjadi begitu saja. Banyak peristiwa-peristiwa komunikasi yang berlangsung, sebagai petunjuk terhadap aktifitas manusia dalam memaknai lingkungannya. Masyarakat memulainya dari melakukan identifikasi simbol, memaknai,

menyebarkan, dan kemudian berperilaku sesuai makna yang diberikan.

Kajian ini menunjukkan beberapa hal yang menjadi peristiwa komunikasi dalam memaknai simbol-simbol alam ini. Hal pertama tampak dari sumber pemaknaan itu sendiri. Hal ini menjadi dasar sekaligus menunjukkan peristiwa komunikasi yang berlangsung bukanlah terjadi begitu saja. Lahajir (2001) menunjukkan bahwa komunitas Dayak Tunjung Linggang di Kalimantan Tengah, memberikan perlakuan khusus terhadap alam mereka, dengan memulai dari pemahaman terhadap tanda alam secara berkelanjutan. Begitu juga Puri (2005) yang mengkaji tentang Dayak Penan Benalui, menunjukkan hal yang serupa. Hal ini yang kemudian ditegaskan oleh Florr (2004) bahwa komunikasi lingkungan terkait dengan aspek sosial, budaya, dan tradisi masyarakat. Memahaminya harus dari kacamata yang komprehensif.

Secara keseluruhan, khusus untuk komunitas Semende Darat, proses munculnya pemaknaan terhadap tanda-tanda alam tersebut tampak dari bagan berikut.



Bagan 1. Sumber Pengetahuan dalam Identifikasi Simbol Alam
(Sumber : Yenrizal, 2018)

Tampak pada bagan di atas, sumber pengetahuan dan pemaknaan simbol tersebut bukan sesuatu yang berlangsung begitu saja. Komunikasi yang berlangsung di kehidupan masyarakat merupakan sumber informasi penting. Penceritaan dari orang tua kepada anak-anak, baik dalam pertemuan di keluarga, mengajak anak ke kebun, ke sawah dengan kata lain, langsung berhubungan dengan alam, merupakan proses identifikasi simbol yang penting. Hal ini kemudian berlanjut pula dengan pola coba-coba atau dari pengalaman. Anak-anak yang mendapat informasi dari

orang tua atau sesama mereka, biasanya mencobakan apa yang diketahui, dari situlah pembuktian dan kemunculan makna baru terjadi. Selain itu, metode klasik dan khas pedesaan juga masih tampak, yaitu berkisah dalam bentuk dongeng atau *andai-andai*. Khas masyarakat Semende, dongeng ini dikisahkan dalam bentuk pengibaratan pada alam. Sampai saat ini, kendati intensitas menonton TV dan internet sudah cukup tinggi, di beberapa tempat dongeng masih dilakukan.

Pengetahuan dan pemaknaan terhadap simbol-simbol tersebut, kemudian terwujud menjadi kepercayaan tersendiri. Pada saat kepercayaan ini terjadi, disitulah makna menjadi melekat dan menguat. Di komunitas Semende, kepercayaan tersebut bisa dilihat dari tabel berikut.

Tabel 1. Kepercayaan terhadap Simbol-Simbol Alam

Simbol	Kepercayaan
Hewan (burung, ikan, binatang buas)	Dipercaya sebagai penanda musim, penanda lokasi, lambang kesejahteraan, penanda daerah berbahaya atau tidak. (bandingkan dengan Puri, 2005, Lahajir, 2001, Iskandar, 2012, Weriadiwangsa, 2005)
Padi, kopi, sayuran	Dipercaya sebagai identitas dari <i>puyang</i> , tanda kemakmuran, sekaligus lambang kekuasaan (bandingkan dengan Iskandar, 2012, Lahajir, 2001, Rambo, 1984)
<i>Tunggu Tubang</i>	Dipercaya sebagai identitas, jati diri, lambang kekuasaan, kebanggaan (bandingkan dengan Husaini, 2011)
Rumah panggung	Dipercaya sebagai identitas, status sosial, perlindungan terhadap ancaman alam (bandingkan dengan Parwata, 2011, Lahajir, 2001)
Sawah, bukit, hutan, sungai	Dipercaya sebagai Tanah <i>Tunggu Tubang</i> dan Tanah Anak Tengah yang berasal dari anugerah Tuhan (bandingkan dengan Weriadiwangsa, 2005, Lahajir, 2001, Iskandar, 2012)

(Sumber : Yenrizal, 2015, 2018)

Tabel di atas menunjukkan bahwa masing-masing simbol alam bukanlah sesuatu yang sederhana dan terjadi begitu saja. Prilaku komunikasi masyarakat kemudian terwujud sesuai dengan perlakuan yang diberikan. Berdasarkan pengetahuan dan kemudian menjadi kepercayaan, proses komunikasi tersebut berlangsung. Inilah yang kemudian menjadi ciri khas komunikasi lingkungan masyarakat

Semende, yang tampak dari perlakuan dan aktifitas sehari-hari dengan lingkungan alamnya.

Littlejohn (1996) menyatakan bahwa komunikasi lingkungan adalah asumsi-asumsi yang terkait dengan cara manusia berkomunikasi mempengaruhi persepsi tentang dunia hidup. Pada gilirannya, persepsi-persepsi ini membantu membentuk bagaimana manusia mendefinisikan hubungan dengan dan di dalam alam dan bagaimana bertindak terhadap alam. Karena itu komunikasi tidak hanya mencerminkan tetapi juga membangun, memproduksi, dan menaturalisasi hubungan manusia tertentu dengan lingkungan.

Pada masyarakat Semende, kepercayaan dan keyakinan terhadap tanda-tanda alam adalah kata kunci penting dalam melihat proses komunikasi lingkungan yang terjadi. Pemaknaan terhadap tanda-tanda alam, menunjukkan bahwa alam adalah simbol-simbol komunikasi yang menjadi ciri khas masyarakat setempat. Pemaknaan ini berlangsung terus menerus dalam berbagai peristiwa komunikasi. Peristiwa komunikasi ini melekat pada pemaknaan yang terjadi masyarakat.

Penutup

Komunikasi lingkungan pada masyarakat Semende Darat, terjadi dalam aktifitas sehari-hari yang ditunjukkan melalui pemaknaan yang mereka berikan terhadap simbol-simbol alam. Simbol-simbol ini tampak dari simbol tentang kabut dan asap, pepohonan, sawah, hewan, dan perbukitan yang ditempati. Masyarakat memiliki kepercayaan tersendiri terhadap masing-masing simbol yang kemudian terimplementasikan dalam aktifitas sehari-hari.

Proses komunikasi lingkungan atau pemaknaan terhadap simbol-simbol yang ada, terjadi melalui proses yang berkelanjutan, berlangsung sehari-hari, bersifat *trial and error*. Makna-makna tersebut diwariskan dari generasi ke generasi berikutnya. Proses penyebaran makna ini semakin memperkuat aktifitas komunikasi lingkungan yang bersumber pada kondisi yang ada di wilayah setempat.

Daftar Pustaka

Cox, Robert, 2010, *Environment Communication and Public Sphere, Second Edition*, Sage Publications, USA

- Conklin, Harold, 1963, *The Study of Shifting Cultivation*, Washington DC.
- Dove, Michael R, 2005, *The Life Cycle of Indigenous Knowledge, and the Case of Natural Rubber Production*, dalam Roy Ellen, Peter Parkers, Alan Bicker, *Indigenous Environmental Knowledge and Its Transformation*, Harwood Academic Publishers, Amsterdam
- Flor, Alexander G, 2004, *Environmental Communication : Principles, Approaches and Strategies of Communication, Applied to Environmental Management*, University of the Philippines.
- Iskandar, Johan, 2012, *Etnobiologi dan Pembangunan Berkelanjutan*, Puslitbang KPK LPPM, Unpad, Bandung
- , 2012, *Ekologi Perladangan Orang Baduy, Pengelolaan Hutan Berbasis Adat secara Berkelanjutan*, Penerbit Alumni, Bandung
- Jurin, Richard, Donny Roush, and Jeff Danter., 2010, *Environmental Communications, Skill and Principles for Natural Resources Managers, Scientist, and Engineer*, Springer Doerdrecht Heidelberg, Newyork London.
- Lahajir, 2001, *Etnoekologi Perladangan Orang Dayak Tunjung Linggang*, Galang Press, Yogyakarta
- Li, Tania Murray, 2012, *The Will to Improve, Perencanaan, Kekuasaan, dan Pembangunan di Indonesia*, diterjemahkan oleh Hery Santoso dan Pujo Semedi, Penerbit Marjin Kiri, Jakarta
- Littlejohn, Stephen W. 1996. *Theories of Human Communication*. USA: Wadsworth Publising Company
- Miller, George Tyler R and Scoot E Spoolman, 2009, *Living in The Environment, Concepts, Conexions, and Solutions*, Brooks Cole Cengage Learning, USA
- Puri, Rajindra K, 2005, *Deadly Dances in The Bornean Rainforest, Hunting Knowledge of the Penan Benalui*, KITLV Press, Leiden.
- Rambo, A Terry dan Percy Sajise (ed.), 1984, *An Introduction to Human Ecology Research on Agricultural Systems in Southeast Asia*, University of the Philippines, University Publication Program, College, Laguna, Philippines
- Senecah, Susan L, ed., 2004, *The Environmental Communication Year Book*, New Jersey, London, Lawrence Ehlbaum Associates Publisher
- Yenrizal, 2015, *Komunikasi Lingkungan Petani Pedesaan, Studi Etnoekologi Komunikasi Masyarakat Semende Darat Tengah, Kabupaten Muara Enim, Sumatera Selatan*, Disertasi Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran

- , 2018, *Etnoekologi Komunikasi, Orang Semende Memandang Alam*, Phoenix Publisher, Yogyakarta
- Yenrizal, Agus Rahmat, Johan Iskandar, Atwar Bajari, 2015, *Makna Simbolik Sawah Di Masyarakat Pedesaan Tinjauan Komunikasi Lingkungan Pada Masyarakat Semende Darat Tengah Kabupaten Muara Enim-Sumatera Selatan*, Jurnal Kawistara, Sekolah Pascasarjana UGM, Volume 3 Nomor 5, 2015.
- Yenrizal, 2017, Desa Multikultur, Memaknai Lingkungan ala Orang Tanah Pilih, <https://www.mongabay.co.id/2017/05/09/desa-multikultur-belajar-memaknai-lingkungan-ala-orang-tanah-pilih/>

Mengangkat Kearifan Lokal dalam Pelestarian Lingkungan

Uud Wahyudin, Atwar Bajari

Program Studi Manajemen Komunikasi Fikom Unpad

Email: uudwahyudin@yahoo.co.id

Pendahuluan

Masyarakat Baduy di Desa Kanekes, Banten Selatan memiliki kawasan hutan keramat. Kawasan ini merupakan daerah yang paling disakralkan dan dilindungi oleh Orang Baduy. Peraturan adat yang dimiliki masyarakat Baduy berbunyi “*lojor teu meunang dipotong, pondok teu meunang disambung*”, yang berarti “panjang tidak boleh dipotong, pendek tidak boleh disambung.” Maknanya adalah tidak adanya perubahan sedikit pun atau tanpa perubahan apapun dan tidak mengubah sesuatu, atau dapat juga berarti menerima apa yang sudah ada. Inilah salah satu contoh kearifan lokal yang dimiliki masyarakat Baduy berkaitan dengan pelestarian lingkungan.

Sampai saat ini masyarakat Baduy masih memegang teguh falsafah ‘gunung ulah diurug, lebak ulah diruksak, panjang ulah dipotong, pondok ulah disambung. Gawir caian, ranca sawahan, tegal pelakan, leuweung hejo, rahayat bisa ngejo’. Perjuangan masyarakat tradisional dalam menjaga lingkungan mereka menjadi bagian dari falsafah hidup mereka. Metode konservasi yang terlihat dari penamaan tempat yang sederhana, istilah seperti “Hutan Larangan”, “Hutan adat” dan lain-lain.

Pendekatan budaya dan kearifan lokal bisa menjadi salah satu cara melestarikan lingkungan. Saat ini berbagai kerusakan lingkungan akibat ulah manusia semakin sulit dicegah. Di sinilah peran kearifan lokal dalam melestarikan lingkungan. Begitu banyak budaya yang dimiliki dan dikembangkan secara turun-temurun oleh masyarakat Indonesia terkait dengan pelestarian lingkungan. Budaya tersebut merupakan kearifan lokal yang harus diperkenalkan dan diperkuat kembali kepada masyarakat, terutama para generasi muda dalam upaya mencegah kerusakan lingkungan.

Kearifan lokal dimaknai sebagai bagian dari budaya suatu masyarakat yang tidak dapat dipisahkan dari bahasa masyarakat. Kearifan lokal

(*local wisdom*) biasanya diwariskan secara turun-temurun dari satu generasi ke generasi berikutnya. Walau demikian, tidak seluruh kearifan lokal yang dimiliki dapat dipahami dan diimplementasikan oleh generasi penerusnya. Kearifan lokal adalah cara masyarakat menjaga lingkungannya untuk bisa dinikmati generasi di masa depan. Kearifan lokal merupakan pengetahuan lokal yang digunakan oleh masyarakat untuk bertahan hidup dalam suatu lingkungan yang menyatu dengan sistem kepercayaan, norma, budaya dan diekspresikan dalam tradisi dan mitos yang dianut dalam jangka waktu yang lama.

Kearifan lokal merupakan wujud dari perilaku komunitas atau masyarakat tertentu sehingga dapat hidup berdampingan dengan alam/ lingkungan tanpa harus merusaknya. Kearifan lokal merupakan suatu kegiatan unggulan dalam masyarakat tertentu, keunggulan tersebut tidak selalu berwujud dan kebendaan, sering kali di dalamnya terkandung unsur kepercayaan atau agama, adat istiadat dan budaya atau nilai-nilai lain yang bermanfaat seperti untuk kesehatan, pertanian, pengairan, dan sebagainya. Merujuk pengertian tersebut dapat dijelaskan pula bahwa kearifan lokal sudah mengakar, bersifat mendasar, dan telah menjadi wujud perilaku dari suatu warga masyarakat guna mengelola dan menjaga lingkungan dengan bijaksa (Prawiladilaga, 2012).

Terjadinya degradasi lingkungan dan kerusakan lingkungan dewasa ini salah satu faktor utamanya adalah pandangan yang antroposentris yang tidak memperhatikan kearifan lokal. Degradasi lingkungan juga disebabkan telah melemahnya peran lembaga adat dan penerapan nilai-nilai kearifan lingkungan untuk menjaga kelestarian lingkungan.

Pembahasan

Perilaku manusia yang tidak bertanggung jawab dengan melakukan penebangan pohon di lereng-lereng gunung tanpa kontrol merupakan sesuatu yang dapat ditemukan di setiap pelosok daerah. Proses perusakan lingkungan oleh tangan manusia yang berakibat terhadap manusia itu sendiri. Campur tangan manusia terhadap kerusakan lingkungan tidak dapat dibiarkan begitu saja, sekalipun dalam skala kecil. Permasalahan tersebut harus dicarikan solusi jitu dan strategi tepat serta komprehensif sehingga kerusakan lingkungan lebih lanjut dapat segera dicegah.

Bila melihat perkembangan kehidupan ini, kearifan lokal merupakan warisan budaya yang memiliki nilai luhur dan bermanfaat bagi

keberlangsungan kehidupan. Kearifan lokal inilah yang harus mulai digali dan ditumbuhkembangkan kembali pada setiap generasi muda, sehingga mereka memiliki kebanggaan dengan kepemilikan kearifan lokal yang bernilai manfaat tersebut. Kita memiliki begitu banyak kearifan lokal yang terkait dengan upaya pelestarian lingkungan dan kearifan lokal inilah yang harus dijadikan warisan bermakna bagi generasi masa depan sehingga bisa dijadikan pegangan dan pranata dalam kehidupan mereka.

Tentunya, kebijakan pemberian penguatan pemahaman terhadap kearifan lokal ini harus dilakukan bersama oleh lembaga atau institusi yang berada di ranah lingkungan hidup. Upaya penguatan ini tidak dapat dilakukan oleh satu lembaga atau institusi semata, tetapi harus dilakukan bersama-sama sehingga hasilnya akan lebih optimal.

Kearifan lokal adalah identitas atau kepribadian budaya sebuah bangsa yang menyebabkan bangsa tersebut mampu menyerap, bahkan mengolah kebudayaan yang berasal dari luar/bangsa lain menjadi watak dan kemampuan sendiri Widodo (2015:17). Identitas dan Kepribadian tersebut tentunya menyesuaikan dengan pandangan hidup masyarakat sekitar agar tidak terjadi pergeseran nilai-nilai. Kearifan lokal adalah salah satu sarana dalam mengolah kebudayaan dan mempertahankan diri dari kebudayaan asing yang tidak baik.

Kearifan lokal merupakan adat dan kebiasaan yang telah mentradisi dilakukan oleh sekelompok masyarakat secara turun temurun yang hingga saat ini masih dipertahankan keberadaannya oleh masyarakat hukum adat tertentu di daerah tertentu. Kearifan lokal bisa diartikan sebagai cara orang bersikap dan bertindak dalam menanggapi perubahan dalam lingkungan fisik dan budaya. Dalam konteks ini kearifan lokal atau *local wisdom* dapat dipahami sebagai gagasan-gagasan setempat *local* yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, penulis dapat mengambil benang merah bahwa kearifan lokal merupakan gagasan yang timbul dan berkembang secara terus-menerus di dalam sebuah masyarakat berupa adat istiadat, tata aturan/norma, budaya, bahasa, kepercayaan, dan kebiasaan sehari-hari.

Fungsi kearifan lokal adalah sebagai berikut.

- Pertama, Sebagai penanda khusus identitas sebuah komunitas.
- Kedua, sebagai elemen perekat (aspek kohesif) lintas warga, lintas

agama dan kepercayaan.

- Ketiga, kearifan lokal memberikan warna kebersamaan bagi sebuah komunitas.
- Keempat, mengubah pola pikir dan hubungan timbal balik individu dan kelompok dengan meletakkannya di atas *common ground*/kebudayaan yang dimiliki.
- Kelima, mendorong terbangunnya kebersamaan, apresiasi sekaligus sebagai sebuah mekanisme bersama untuk menepis berbagai kemungkinan yang meredusir, bahkan merusak, solidaritas komunal, yang dipercayai berasal dan tumbuh di atas kesadaran bersama, dari sebuah komunitas terintegrasi (Amirudin & Sumarmi, 2014)

Nilai-nilai kearifan lokal perlu diperkenalkan kembali kepada masyarakat, agar nilai-nilai kearifan tersebut tidak hilang dan mampu memberikan alternatif jawaban bagi persoalan kekinian. Dewasa ini para ahli mencoba mencari formula yang tepat ataupun dalil-dalil serta teori yang bisa merumuskan hubungan yang harmonis antara manusia dengan lingkungan alam serta lingkungan hidup mereka. Deep Ecology juga dimaknai sebagai teori etika lingkungan hidup. Deep Ecology menuntut suatu etika baru yang tidak berpusat pada manusia, tetapi berpusat pada makhluk hidup seluruhnya dalam kaitan dengan upaya mengatasi persoalan lingkungan hidup. Etika baru ini menuntut suatu pemahaman yang baru tentang relasi etis yang ada dalam alam semesta ini disertai adanya prinsip-prinsip baru sejalan dengan relasi etis baru tersebut, yang kemudian diterjemahkan dalam gerakan atau aksi nyata di lapangan (Keraf dan Sony, 2010).

Hubungan harmonis antara penghormatan terhadap alam, tradisi dan kepercayaan saling bersatu pada kepercayaan tradisional membuat banyak hal berbeda bisa dipahami bersama dan berjalan bersamaan. Sebagai bagian dari kebudayaan tradisional, kearifan lokal merupakan satu asset warisan budaya. Kearifan lokal hidup dalam domain kognitif, afektif, dan motorik, serta tumbuh menjadi aspirasi dan apresiasi publik.

Masyarakat setempat yang menerapkan cara hidup tradisional di daerah pedesaan, yang nyaris tak tersentuh teknologi umumnya dikenal sebagai masyarakat suku, komunitas asli atau masyarakat hukum adat, penduduk asli atau masyarakat tradisional (Suhartini, 2009). Masyarakat setempat seringkali menganggap diri mereka sebagai penghuni asli kawasan terkait, dan mereka biasanya berhimpun dalam tingkat

komunitas atau desa. Kondisi demikian dapat menyebabkan perbedaan rasa kepemilikan antara masyarakat asli/pribumi dengan penghuni baru yang berasal dari luar, sehingga masyarakat setempat seringkali menjadi rekan yang tepat dalam konservasi. Di sebagian besar penjuru dunia, semakin banyak masyarakat setempat telah berinteraksi dengan kehidupan modern, sehingga sistem nilai mereka telah terpengaruh, dan diikuti penggunaan barang dari luar (Suparmini, dkk, 2012). Risiko melemahnya kedekatan masyarakat asli dengan alam sekitar, serta melunturkan etika konservasi setempat. Masyarakat tradisional pada umumnya sangat mengenal dengan baik lingkungan di sekitarnya. Mereka hidup dalam berbagai ekosistem alami yang ada di Indonesia, dan telah lama hidup berdampingan dengan alam secara harmonis, sehingga mengenal berbagai cara memanfaatkan sumberdaya alam secara berkelanjutan. Di samping itu dalam berperilaku orang akan berpedoman pada berbagai macam hal yang pada hakekatnya mempunyai nilai baik dan buruk serta pada kegiatan yang didasarkan pada benar dan salah.

Penutup

Dalam kearifan lokal juga terwujud upaya pengelolaan sumberdaya alam dan lingkungan yang juga merupakan wujud dari konservasi oleh masyarakat. Berkaitan dengan hal itu, prinsip-prinsip konservasi dalam pengelolaan sumberdaya alam secara tradisional. Rasa hormat yang mendorong keselarasan (harmoni) Hubungan manusia dengan alam sekitarnya. Dalam hal ini masyarakat tradisional lebih condong memandang dirinya sebagai bagian dari alam itu sendiri. Rasa memiliki yang eksklusif bagi komunitas atas suatu kawasan atau jenis sumberdaya alam tertentu sebagai hak kepemilikan bersama. Sistem pengetahuan masyarakat setempat (lokal knowledge system) yang memberikan kemampuan kepada masyarakat untuk memecahkan masalah-masalah yang mereka hadapi dalam memanfaatkan sumberdaya alam yang terbatas,

Eksplorasi sumber daya dan pemanfaatan lingkungan yang cenderung hanya merusak alam dan lingkungan. Keseimbangan antara alam dan manusia semakin berubah, manusia yang sebelumnya tunduk pada alam saat ini justru menjadi pengatur alam dan memengaruhi segala hal yang berjalan di ekosistem bumi.

Cara yang dikembangkan dalam kearifan lokal sebetulnya manusia

adalah hanya bagian kecil dari alam. hal ini, karena pada dasarnya manusia, menurut budaya tradisional harus dapat hidup berdampingan dengan alamnya dan saling menghidupi satu sama lain. Manusia hanyalah bagian dari ekosistem raksasa bernama Bumi ini. Kerusakan lingkungan hidup merupakan pengaruh sampingan dari tindakan manusia. Oleh karena itu Upaya pelestarian lingkungan hidup di Indonesia melalui kearifan lokal harus didukung oleh pemerintah dan seluruh masyarakat Indonesia.

Daftar Pustaka

- Amirudin, & Sumarmi. (2014). *Pengelolaan Lingkungan Berbasis Kearifan Lokal*. Malang: Aditya Median Publishing.
- Keraf, A., & Sony. (2010). *Etika Lingkungan Hidup*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.
- Prawiladilaga. (2012). *Wawasan Teknologi Pendidikan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Suhartini. (2009). Kajian Kearifan Lokal Masyarakat dalam Pengelolaan Sumberdaya Alam dan Lingkungan. *Prosiding Seminar nasional Penelitian, Pendidikan dan Penerapan MIPA*. Yogyakarta: Fakultas MIPA UNY.
- Suparmini, Setyawati, S., & Sumunar, D. (2012). *PELESTARIAN LINGKUNGAN MASYARAKAT BADUY BERBASIS KEARIFAN LOKAL*. 2012: Universitas Negeri Yogyakarta .
- Widodo, Eko. 2017. PENGEMBANGAN ATRAKSI WISATA PANTAI TANJUNG KARANG SEBAGAI KAWASAN WISATA BAHARI DI KABUPATEN DONGGALA : e Jurnal Katalogis, Volume 5 Nomor 4, April 2017 hlm 206-215

Membangun Etika Lingkungan

Uud Wahyudin, Kismiyati El Karimah

Program Studi Manajemen Komunikasi

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran

Email: uud.wahyudin@unpad.ac.id

Pendahuluan

Ginting (2012) menyebut manusia modern telah terjankit paradigma keliru. Ada semacam kepercayaan pada manusia modern bahwa alam dapat menyediakan semua kebutuhan manusia tanpa ada batasnya, sehingga muncullah pendapat bahwa perkembangan manusia rupanya jauh lebih cepat daripada evolusi kesadaran manusia tentang keterbatasan alam. Kepercayaan itu menunjukkan bahwa telah terjadi pergeseran kedudukan dan peran manusia dari bagian alam semesta menjadi penguasa semesta. Sumber daya alam begitu mudah dieksploitasi dan dicemari tanpa perasaan bersalah dari pelakunya. Chiras, 1985 (dalam Ginting, 2012) dalam studinya mengatakan bahwa akar dari banyak permasalahan lingkungan adalah bersumber dari adanya mentalitas frontier, yakni mentalitas dasar atau etika yang ditandai tiga konsep dasar ajaran dasar. Pertama, dunia sebagai penyedia sumber daya yang tak terbatas adalah hanya diperuntukkan bagi manusia sehingga manusia tidak perlu berbagi dengan makhluk lainnya. Hal ini menjadikan manusia makhluk yang paling tamak sehingga eksploitasi terhadap sumber daya alam atau lingkungan dilakukan semena-mena. Kedua, manusia bukan bagian dari alam atau lingkungan. Pandangan seperti ini akan melahirkan sikap tidak menghargai lingkungan karena lingkungan dan manusia tidak memiliki hubungan yang mesra dan saling menguntungkan. Jadi manusia dalam hal ini dalam posisi superior. Ketiga, alam adalah sesuatu yang harus ditundukkan. Lebih jauh dari sekadar menganggap bahwa lingkungan bukan bagian dari manusia, manusia justru selalu berpikir bahwa lingkungan harus ditundukkan. Bagaimana pun caranya, lingkungan harus mampu memenuhi kebutuhan manusia. Eksploitasi tanpa memikirkan dampak bagi generasi masa depan adalah salah satu sikap yang ditimbulkan dari mental frontier. (Muhammad Najib, Pikiran Rakyat, 9/1/2-17)

Saat ini banyak masalah lingkungan yang mencuat. Berbagai istilah yang tidak asing seperti *go green*, *bye plastic*, *eco green*, *biotechnology*, *ecotechnology* dan istilah lainnya hadir sebagai seruan untuk menjaga bumi dari pemanasan global. Istilah-istilah tersebut berangsur menjadi kampanye peduli lingkungan—kampanye agar kita melakukan aksi-aksi tersebut atas nama ramah lingkungan. Menurut Arifin (2012) Ramah lingkungan dikonsepkan sebagai aktivitas dan produksi yang menekankan pada aspek pemanfaatan sumberdaya alam, atau pada aspek perlakuan dimana keseluruhan tahapan mulai dari proses pembuatan, pemanfaatan, barang sisa (limbahnya), serta purna hasil (tidak terpakai), tidaklah mencemari dan merusak lingkungan, sehingga limbah yang dihasilkan harus bisa diurai kembali oleh lingkungan (alam). Dari pemaparan ini, dapat dikatakan bahwa ramah lingkungan kemudian mengarah pada tujuan keseimbangan ekosistem.

Untuk menjaga kelestarian lingkungan, tentunya kita harus melakukan kerja sama sosial—dalam hal ini, melakukan aksi nyata demi menjaga bumi. Namun, melakukan aksi nyata seperti kampanye-kampanye peduli lingkungan ternyata tidaklah cukup untuk menghentikan pengrusakan lingkungan atau pemanasan global. Banyak yang tidak kita ketahui tentang asal usul kerusakan lingkungan sebelum kemudian kita membangun kesadaran yang pasti untuk melakukan aksi nyata menjaga kelestarian bumi.

Dengan demikian, masalah lingkungan adalah soal bagaimana mengembangkan etika lingkungan ekosentris yang dapat mengatur sekaligus memformat mentalitas manusia modern terhadap lingkungan sekitar, sehingga antara alam dan manusia memiliki hubungan timbal balik yang sama-sama menguntungkan. Kiranya sangat berdasar bahwa manusia merupakan kunci pokok dalam kelestarian lingkungan.

Pembahasan

Adapun yang dimaksud etika lingkungan itu sendiri adalah sebuah refleksi kritis tentang norma dan nilai atau prinsip moral yang dikenal umum selama ini dalam kaitan dengan lingkungan (Keraf, 2010). Istilah etika berasal dari bahasa Yunani, “*ethos*” yang berarti norma-norma, nilai-nilai, kaidah-kaidah dan ukuran-ukuran bagi tingkah laku manusia yang baik. Selain itu dari segi etimologi (asal kata), istilah etika berasal dari kata Bahasa Latin, “*ethicus*” yang berarti kebiasaan. Sesuatu dianggap

etis atau baik, apabila sesuai dengan kebiasaan masyarakat. Pengertian lain tentang etika ialah sebagai studi atau ilmu yang membicarakan perbuatan atau tingkah laku manusia, mana yang dinilai baik dan mana pula yang dinilai buruk (Rohikmah, 2016).

Secara umum, menurut Keraf (1993: 41) etika dapat dibagi menjadi dua bagian:

1. Etika Umum yang membahas kondisi dasar bagaimana manusia bertindak etis, dalam mengambil keputusan etis, dan teori etika serta mengacu pada prinsip moral dasar yang menjadi pegangan dalam bertindak dan tolok ukur atau pedoman untuk menilai baik atau buruknya suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang.
2. Etika Khusus yaitu penerapan prinsip-prinsip moral dasar dalam bidang khusus, yaitu bagaimana mengambil keputusan dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari pada proses dan fungsional dari suatu organisasi. Etika khusus dibagi menjadi dua bagian yaitu:
 - a) Etika individual menyangkut kewajiban dan perilaku manusia terhadap dirinya sendiri.
 - b) Etika sosial berbicara mengenai kewajiban, sikap, dan perilaku sebagai anggota masyarakat yang berkaitan dengan nilai-nilai sopan santun, tata krama dan saling menghormati.

Untuk melakukan sesuatu dengan hasil yang baik, maka dibutuhkan tata cara untuk melakukannya. Secara umum tata cara pergaulan, aturan perilaku, adat kebiasaan manusia dalam bermasyarakat dan menentukan nilai baik dan nilai tidak baik disebut sebagai etika (Haryatmoko, 2007). Etika mempersoalkan tentang bagaimana manusia seharusnya berbuat dan bertindak. Tindakan manusia ditentukan oleh macam-macam norma. Etika menolong manusia untuk mengambil sikap terhadap semua norma dari luar dan dari dalam, supaya manusia mencapai kesadaran moral.

Menurut Maulinda, Etika berhubungan dengan empat hal sebagai berikut:

1. Dilihat dari segi objek pembahasannya, etika berupaya membahas perbuatan yang dilakukan oleh manusia.
2. Dilihat dari segi sumbernya, etika bersumber pada akal pikiran atau filsafat. Sebagai hasil pemikiran, maka etika tidak bersifat mutlak,

absolute dan tidak pula universal. Ia terbatas, dapat berubah, memiliki kekurangan, kelebihan dan sebagainya. Selain itu, etika juga memanfaatkan berbagai ilmu yang membahas perilaku manusia seperti ilmu antropologi, psikologi, sosiologi, ilmu politik, ilmu ekonomi dan sebagainya.

3. Dilihat dari segi fungsinya, etika berfungsi sebagai penilai, penentu dan penetap terhadap sesuatu perbuatan yang dilakukan oleh manusia, yaitu apakah perbuatan tersebut akan dinilai baik, buruk, mulia, terhormat, hina dan sebagainya. Dengan demikian etika lebih berperan sebagai konseptor terhadap sejumlah perilaku yang dilaksanakan oleh manusia. Etika lebih mengacu kepada pengkajian sistem nilai-nilai yang ada.
4. Dilihat dari segi sifatnya, etika bersifat *relative* yakni dapat berubah-ubah sesuai dengan tuntutan zaman.

Etika lingkungan hidup dalam kajian ini berarti sebagai refleksi kritis tentang norma dan nilai atau prinsip moral yang dikenal umum selama ini dalam kaitannya dengan lingkungan hidup dan refleksi kritis tentang cara pandang manusia tentang manusia, alam, dan hubungan antara manusia dan alam serta perilaku yang bersumber dari cara pandang ini. Maksud dari perilaku yang bersumber dari cara pandang ini adalah bagaimana kita melihat alam dan sebab akibatnya bekerja. Dari refleksi kritis ini kemudian ditawarkan cara pandang dan perilaku baru yang dianggap lebih tepat dalam kerangka menyelamatkan krisis lingkungan hidup dari perspektif politik ekologi dan etika dalam berkomunikasi, yakni menggali dan mengeksplorasi etika berkomunikasi dalam kaitannya dengan pelestarian bumi (Sukmawan & Nurmansyah, 2012).

Pada akhir-akhir ini, istilah ramah lingkungan, semakin gencar kita dengar dan temukan pada berbagai produk dan aktivitas yang dilakukan banyak orang. Produk-produk yang dilabel ramah lingkungan (*green product*)—kita bisa menemukannya pada kulkas, air conditioner (AC), handphone, fashion, alat rumah tangga, kosmetik, minuman, cat, bahkan juga bahan bakar minyak (BBM), pelumas dan kendaraan bermotor. Begitu juga dengan berbagai aktivitas yang melabel kegiatannya dengan berbagai istilah ramah lingkungan, sehingga istilah *go green*, *back to nature*, *green product*, *green business* pelestarian lingkungan, hunian hijau, hutan untuk kita semua, satu pohon satu kehidupan, begitu mendominasi berbagai baliho, spanduk dan wacana yang berkembang

(Arifin, 2012). Pertanyaan mendasar dan kritis yang mungkin perlu kita ajukan adalah sejauhmana produk dan aktivitas tersebut memang ramah lingkungan, apakah bahan yang digunakan tidak berasal dari serat pelastik (serat sintetis) yang justru sulit diurai, apakah bahan-bahan yang digunakan memang tidak menggunakan zat-zat kimia yang berbahaya (*addictive substances*). Produk dan aktivitas yang dilabel dengan berbagai istilah ramah lingkungan di atas bukanlah hal yang salah, bila secara konsisten produk dan aktivitas tersebut memang ditujukan untuk mengatasi persoalan lingkungan yang ada. Tetapi terkadang, produk dan aktivitas yang dilabel ramah lingkungan tersebut, lebih ditujukan untuk mendongkrak popularitas atau menaikkan omset produk di mata masyarakat saja.

Menurut Sonny Keraf (2010) dalam bukunya “Etika Lingkungan Hidup” mengingatkan bahwa masalah lingkungan hidup adalah masalah moral manusia atau perilaku manusia. Lebih jauh lagi, Sonny Keraf memaparkan bahwa: Etika lingkungan hidup tidak hanya berbicara mengenai perilaku manusia terhadap alam, namun juga mengenai relasi di antara semua kehidupan alam semesta, yaitu antara manusia dengan manusia yang mempunyai dampak pada alam dan antara manusia dengan makhluk hidup lain atau dengan alam secara keseluruhan. Dapat disimpulkan bahwa etika lingkungan hidup adalah hubungan semua manusia di alam ini, baik sesama manusia maupun dengan makhluk hidup lainnya. Dan hubungan tersebut memiliki dampak. Seperti hubungan kita terhadap lingkungan, apabila positif tentu lingkungan akan berkembang serta bermanfaat untuk diri kita, dikalau negatif tentu akan menghasilkan kerusakan.

Dari pemaparan di atas, etika lingkungan harus dipahami dari teori-teori lingkungan sebagai cara pandang dalam menyelamatkan lingkungan. Salah satu teori lingkungan dimaksud adalah deontologisme. Deontologisme berpendapat bahwa baik buruknya atau benar salahnya suatu tindakan tidak diukur berdasarkan akibat yang ditimbulkannya, melainkan berdasarkan sifat-sifat tertentu dari tindakan dan perbuatan yang dilakukan. Suatu tindakan tidak dinilai dari hasil yang dicapainya, tetapi dinilai dari kewajiban moral dan keharusan. Baik buruknya suatu perbuatan tidak dinilai dari hasil suatu kerjanya, tetapi yang dinilai adalah sejauhmana ia berusaha untuk mendapatkan hasil tersebut (Karimah dan Wahyudin, 2010). Terkait dengan etika lingkungan, bahwa manusia harus bertanggung jawab memelihara dan melestarikan lingkungan.

Seperti dikatakan Najib (2017) bahwa manusia merupakan bagian dari lingkungan yang tidak terpisahkan dan antara satu dengan lainnya saling membutuhkan serta menguntungkan.

Teori lingkungan yang lain yang terkait dengan etika lingkungan adalah teori teologi. Teori ini mengatakan bahwa kehendak Allah adalah merupakan ukuran baik buruknya suatu tindakan. Perbuatan susila harus mendasarkan diri pada kehendak dan sifat-sifat Allah. Sesuai dengan hukum kodrat bahwa Allah menciptakan manusia, dan memang keberadaan manusia sudah dikehendaki oleh Allah. Manusia di dunia diberi kebebasan untuk menjalankan apa yang baik bagi dirinya, karena itu kebaikan suatu perbuatan tergantung dari manusia itu sendiri, tergantung apakah perbuatan itu dapat mewujudkan nilai-nilai manusiawi atau tidak. Dengan demikian suatu perbuatan dinilai sejauh adanya manfaat yang diberikan akibat perbuatan itu (Karimah dan Wahyudin, 2010:72-73). Dalam teori ini, relasi manusia dengan lingkungan adalah menempatkan manusia sebagai pemelihara sekaligus pelestari lingkungan itu sendiri dengan orientasi dari pelestarian dan pemeliharaan itu untuk kebaikan dan kelangsungan generasi yang akan datang (Najib, 2017).

Penutup

Berdasarkan pembahasan di atas dapat diketahui bahwa manusia merupakan kunci pokok dalam kelestarian lingkungan. Diperlukan ilmu dan teori yang bisa mengarahkan agar manusia tidak merusak alam dan lingkungan, tapi melestarikan lingkungan. Etika lingkungan hidup sebagai refleksi kritis tentang norma dan nilai atau prinsip moral yang dikenal umum selama ini dalam kaitannya dengan lingkungan. Refleksi kritis tentang cara pandang manusia tentang manusia, alam, dan hubungan antara manusia dan alam serta perilaku yang bersumber dari cara pandang ini.

Teori deontologi merupakan cara pandang dan perilaku baru manusia yang dianggap lebih tepat dalam kerangka menyelamatkan krisis lingkungan hidup. Terkait dengan etika lingkungan, bahwa manusia harus bertanggung jawab memelihara dan melestarikan lingkungan. Manusia merupakan bagian dari lingkungan yang tidak terpisahkan dan antara satu dengan lainnya saling membutuhkan serta menguntungkan. Dalam teori teologi diketahui relasi manusia dengan lingkungan adalah

menempatkan manusia sebagai pemelihara sekaligus pelestari lingkungan itu sendiri dengan orientasi dari pelestarian dan pemeliharaan itu untuk kebaikan dan kelangsungan generasi yang akan datang.

Daftar Pustaka

- Arifin, Z. 2012. Politik ekologi: Ramah lingkungan sebagai pembenaran, *Jurnal Ilmu Sosial MAMANGAN* 1(1). Padang: STKIP PGRI Padang.
- Rohikmah, I. 2016. *Etika Komunikasi*. Diakses online: https://www.academia.edu/33834478/ETIKA_KOMUNIKASI_2016?auto=download
- Maulinda, R. & Suyatno. *Etika Komunikasi dalam Menggunakan Media Sosial*. Pamulang: Universitas Pamulang.
- Sukmawan, S. & Nurmansyah, M. A. 2012. Etika lingkungan dalam folklore masyarakat Desa Tengger, *Literasi* 2(1). Malang: Universitas Brawijaya Malang.
- Karimah, Kismiyati El, dan Wahyudin Uud. 2010. *Filsafat dan Etika*. Bandung : Widya Padjajaran.
- Haryatmoko. 2007. *Etika Komunikasi*. Yogyakarta : Kanisius.
- Keraf, A., S. 2010. *Etika Lingkungan Hidup*. Jakarta: Buku Kompas.

Model Komunikasi Pengelolaan Lingkungan: Adaptasi UN Global Compact Management Model dan Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia No.3 Tahun 2014

Miftah Faridl Widhagdha

Community Development Specialist PT Pertamina (Persero)

RU II Sungai Pakning;

Email : arjuna.miftah@gmail.com

Pendahuluan

Perkembangan ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan lingkungan sejalan dengan perkembangan kajian-kajian pembangunan pada tahun 1960-1970an, ketika itu, kajian-kajian tentang pembangunan berkembang di banyak negara tidak hanya negara maju (*developed countries*) namun juga termasuk negara-negara berkembang (*developing countries*) yang tengah mencari esensi dari pembangunan yang dilakukan. Perkembangan kajian pembangunan tersebut kemudian mendorong lahirnya ilmu komunikasi pembangunan yang mengutamakan aspek-aspek sosial dan lingkungan dalam peranannya dalam komunikasi secara umum. Komunikasi yang awalnya banyak dipengaruhi oleh peran media massa, menemui kesulitan ketika dihadapkan pada isu-isu pembangunan di tingkat lokal. Narasi-narasi yang dibangun melalui *framing media* tidak mempan ketika dihadapkan pada masalah-masalah yang timbul di level akar rumput. Respon cepat dan taktis serta pendekatan yang lebih partisipatif terbukti lebih ampuh dalam meredam konflik-konflik tingkat lokal. Bukan saja sebagai tindakan reaktif, pemberian kekuasaan dalam bentuk partisipasi masyarakat nyatanya juga dapat difungsikan sebagai upaya preventif untuk membangun komunikasi sejak dini antara subyek pembangunan (pemerintah, sektor privat, LSM, dll) dengan obyek pembangunan (masyarakat). Kritik untuk lebih melibatkan partisipasi masyarakat dalam komunikasi menjadi titik balik dalam berkembangnya kajian komunikasi pembangunan yang memang memiliki kaitan erat dengan keberadaan partisipasi komunikasi.

Salah satu dari beberapa isu yang mengemuka terkait pelaksanaan

komunikasi lingkungan seperti yang disampaikan oleh Cox & Depoe (2015) adalah berkembangnya ilmu pengetahuan tentang keberlanjutan yang semakin menempatkan kajian di bidang sosial, ekonomi dan lingkungan sebagai arus utama dalam pembahasan komunikasi, hal ini sejalan dengan uraian Cantrill (2015) yang menegaskan bahwa perkembangan tradisi ilmu sosial sejak tahun 1990an telah membawa perubahan besar terhadap praktik komunikasi lingkungan. Perubahan tradisi ilmu sosial itu terdiri dari integrasi yang lebih komprehensif mengenai keberadaan bidang ilmu ekonomi lingkungan, sejarah lingkungan, geografi lingkungan, politik lingkungan, psikologi konservasi lingkungan, dan sosiologi lingkungan sehingga diskusi mengenai keberadaan komunikasi lingkungan kemudian tidak bisa lepas dari tinjauan-tinjauan bidang ilmu lain yang terkait. Meski menurut Hansen (2015) keberadaan aktor dan media arus utama tetap berperan besar dalam pembentukan atau klaim opini publik, namun perlahan argumen ini sangat terbatas apabila hendak dipraktikkan dalam skala yang lebih luas dengan karakteristik masyarakat yang beragam. Dengan begitu, permasalahan pengelolaan lingkungan tidak hanya menjadi konsumsi media-media arus utama saja namun juga harus berpijak pada pengertian dan pemahaman masyarakat lokal sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari keberadaan lingkungan itu sendiri.

Upaya mengkomunikasikan pengelolaan lingkungan kepada masyarakat lokal sebenarnya telah dimulai ketika UN Global Compact merilis model manajemen yang mengharuskan pelaku pengelolaan lingkungan melibatkan pemangku kepentingan mulai dari tahap perencanaan hingga evaluasi. Selain itu, di tingkat nasional, Permen LH No. 3 Tahun 2014 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan atau yang lebih dikenal dengan PROPER juga telah memperkenalkan pendekatan multi pihak termasuk keberadaan masyarakat lokal di dalam manajemen pengelolaan lingkungan. Kedua model manajemen inilah yang nantinya akan disintesis oleh penulis untuk menghasilkan model komunikasi pengelolaan lingkungan yang ditawarkan melalui tulisan ini.

Definisi komunikasi lingkungan

Komunikasi pengelolaan lingkungan merupakan pengembangan dari komunikasi pembangunan, yakni penggunaan pendekatan, prinsip, strategi dan teknik-teknik komunikasi untuk pengelolaan lingkungan

dalam hal ini yang lebih berkelanjutan dengan mempertimbangkan tiga aspek utama, yaitu aspek sosial, ekonomi dan lingkungan. Keberadaan komunikasi pengelolaan lingkungan memang masih kalah populer dibandingkan dengan misalnya komunikasi pemasaran sosial atau komunikasi kesehatan yang telah dikenal lebih dahulu. Namun, dengan meningkatkan atensi global tentang keberadaan dan status lingkungan hidup yang secara periode terus mengalami degradasi kualitas dari dekade ke dekade, maka komunikasi pengelolaan lingkungan menjadi semakin memiliki tempat penting dalam menjaga keberlangsungan lingkungan secara global.

Meski begitu, komunikasi pengelolaan lingkungan belum mendapat perhatian serius dari pemangku kepentingan atau pelaku-pelaku komunikasi. Definisi dari komunikasi pengelolaan lingkungan biasanya hanya terbatas pada isu-isu yang muncul di media arus utama, dengan pelaku-pelaku pengelolaan lingkungan berskala global. Namun, yang sering terlupakan dari itu semua adalah, pelaku utama dari pengelolaan lingkungan dan yang mewarisi keberadaan lingkungan ini sejatinya adalah masyarakat lokal yang paling terdampak kegiatan operasional sektor privat yang sering kali hanya dilibatkan dalam keperluan kehumasan dan pencitraan semata. Maka, pada tahap pemahaman ini, penulis menawarkan argumentasi bahwa pengertian komunikasi terutama dalam hal pengelolaan lingkungan sebenarnya tidak harus media-sentris, namun harus mampu membangkitkan partisipasi masyarakat yang lebih besar. Sehingga mampu menggerakkan masyarakat di tingkat lokal sampai dengan membangun narasi bersama di tingkat global tentang pentingnya melestarian lingkungan melalui pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan.

Model komunikasi pengelolaan lingkungan yang disarikan dari dua sumber referensi tingkat global dan nasional ini diharapkan dapat menambah materi diskusi tentang model komunikasi yang bisa digunakan dalam pelaksanaan pengelolaan lingkungan.

Pembahasan

Komunikasi dalam Model Manajemen UN Global Compact

Merujuk pada model sirkular manajemen yang dirilis UN Global Compact yang menyatakan bahwa manajemen pelaksanaan pengelolaan lingkungan dapat dimulai dari penetapan komitmen,

kemudian melakukan asesmen terhadap permasalahan pengelolaan lingkungan, mendefinisikan strategi pengelolaan lingkungan ke dalam program dan kegiatan, melaksanakan rencana program dan kegiatan pengelolaan lingkungan, mengukur hasil pelaksanaan program dan kegiatan pengelolaan lingkungan, serta mengkomunikasikan hasil capaian program dan kegiatan pengelolaan lingkungan kepada publik (lihat gambar 1.1) dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi hanya dilakukan saat tahap “*Communicate*” semata dengan tujuan untuk menyampaikan capaian dan strategi pengelolaan lingkungan kepada pemangku kepentingan guna menciptakan tata kelola yang berkelanjutan (*continuous improvement*).



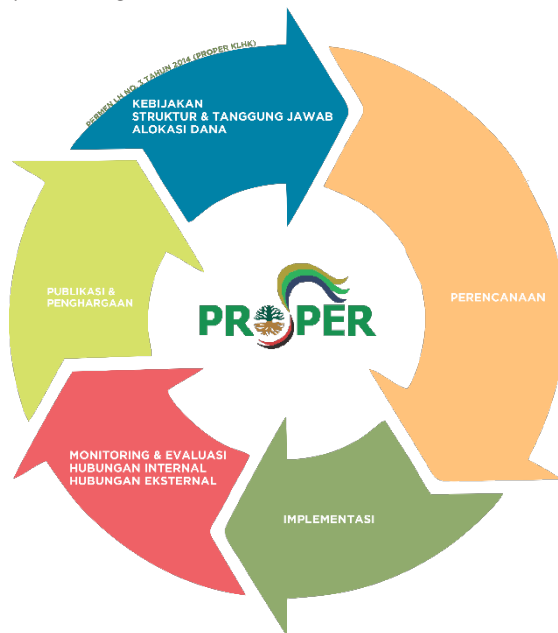
Gambar 1.1: Manajemen Model UN Global Compact
(Sumber: UN Global Compact)

Pada tahapan ini, komunikasi dipandang sebagai proses untuk menyampaikan informasi kepada pihak luar agar mengetahui apa yang telah dilaksanakan oleh perusahaan, dengan begitu media yang menjadi alternatif dalam penyampaian informasi ini biasanya berupa media yang dapat diakses oleh khalayak umum secara luas seperti media massa baik konvensional seperti surat kabar maupun elektronik seperti website, hingga audiovisual. Pilihan alternatif media ini cenderung bersifat satu

arah (*One Way Communication*).

Komunikasi dalam PROPER

Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia (KLHK RI) pada tahun 2014 telah mengeluarkan peraturan terkait penilaian kinerja pengelolaan lingkungan bagi perusahaan yang berada di bawah pengawasan kementerian tersebut dengan Permen LH No. 3 Tahun 2014 tentang Program Penilaian Kinerja Pengelolaan Lingkungan (PROER). Regulasi ini mengatur tentang tahapan-tahapan pengelolaan lingkungan dimulai dari penetapan kebijakan, struktur dan tanggung jawab serta alokasi anggaran; kemudian tahap perencanaan program pengelolaan lingkungan; implementasi atau pelaksanaan program pengelolaan lingkungan; pengawasan dan evaluasi serta penilaian hubungan internal dan eksternal; dan terakhir adalah tahapan publikasi dan penghargaan yang didapat perusahaan terkait dengan pengelolaan lingkungannya (lihat gambar 1.2).



Gambar 1.2: Tahapan Penilaian PROPER
(Sumber: Permen LH No. 3 Tahun 2014)

Merujuk pada model penilaian pengelolaan lingkungan yang dibuat oleh KLHK, proses komunikasi terdapat pada tahapan publikasi dan penghargaan yang ditujukan untuk memberi tahu khalayak umum

tentang pencapaian pengelolaan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan. pada tahap ini, sama seperti model sebelumnya, alternatif komunikasi yang dilakukan adalah komunikasi satu arah (*One way communication*) antara perusahaan dengan pemangku kepentingan.

Model Komunikasi Pengelolaan Lingkungan

Sementara itu, dari sudut pandang sosiologi komunikasi, terdapat model komunikasi konvergensi yang tidak hanya bertujuan untuk proses penyampaian pesan saja namun juga ditujukan untuk pertukaran informasi (*sharing information*) dan mencapai kesepahaman bersama (*Mutual understanding*) telah diperkenalkan oleh Lawrence D. Kincaid (2002). Model komunikasi ini menekankan pada adanya proses bertukar informasi sehingga mampu mendorong tercapainya konsensus atau kesepahaman antara kedua belah atau pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi. Model komunikasi konvergensi ini menurut penulis dapat menjadi pijakan dalam melakukan adaptasi model komunikasi dari dua model manajemen yang telah dijelaskan sebelumnya, yakni model manajemen UN Global Compact dan PROPER yang secara terbatas menempatkan komunikasi sebagai salah satu tahapan saja.

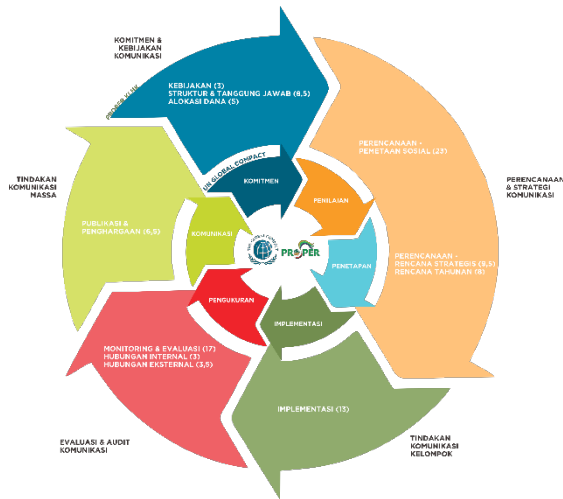
Apabila ditinjau kembali bahwa tujuan dari komunikasi konvergensi adalah terjadinya proses pertukaran informasi dan tercapainya konsensus, maka menjadi sangat relevan apabila setiap tahap dari model pertama dan model kedua merupakan proses komunikasi yang harus dilakukan dengan optimal agar menghasilkan konsensus atau pemahaman yang baik bagi pihak-pihak yang terlibat. Terdapat alternatif proses atau tindakan komunikasi yang dapat dilakukan pada masing-masing tahap manajemen agar dapat menghasilkan konsensus yang optimal. Yaitu, pertama perusahaan perlu menetapkan kebijakan komunikasi pengelolaan lingkungan secara komprehensif dengan mempertimbangkan azas-azas keberlanjutan baik yang berlaku secara global, nasional hingga lokal. Penetapan kebijakan atau komitmen ini penting untuk mendasari program dan kegiatan yang disusun kemudian hari untuk keperluan komunikasi pengelolaan lingkungan tidak meninggalkan aspek-aspek keberlanjutan yang sejak awal menjadi tujuan bersama dalam komunikasi pengelolaan lingkungan. Kedua penilaian dan penetapan (rencana aksi) kegiatan pengelolaan lingkungan yang sebelumnya telah didahului dari penelitian-penelitian dan penilaian yang secara ketat telah dilakukan oleh perusahaan. Pada tahap ini, perencanaan yang baik tentu

akan melibatkan partisipasi masyarakat dengan mengoptimalkan fungsi pertukaran informasi agar dapat dicapai kesepahaman bersama antara pelaku pengelolaan lingkungan dengan masyarakat di tingkat lokal. Proses pertukaran informasi dalam perencanaan ini dapat dibangun dengan dialog-dialog, dengar pendapat (*public hearing*), komunikasi dua arah yang setara (*Equal Two Ways Communication*) dan penerapan prinsip strategi komunikasi guna merancang aksi-aksi komunikasi yang hendak digunakan selama pelaksanaan program pengelolaan lingkungan.

Pada tahap implementasi program dan kegiatan, keberadaan prinsip komunikasi kelompok memberi ruang bagi masyarakat untuk ikut menyuarakan aspirasinya dalam rangka penyusunan program pengelolaan lingkungan. Maka pengelola program harus dapat memfasilitasi tindakan komunikasi kelompok yang dibangun oleh masyarakat dengan mengadakan penyuluhan, pendampingan dan diskusi terbatas yang mampu meningkatkan relasi sosial masyarakat baik dengan pengelola program maupun dengan sesama masyarakat itu sendiri. Widhagdha (2019) menjelaskan soal relasi ini sebagai bagian dari upaya membuka ruang dialog antara perusahaan dengan masyarakat yang harus dijaga dalam pelaksanaan pengelolaan lingkungan.

Tahap berikutnya dalam Pengukuran (UN Global Compact) atau Monitoring dan Evaluasi (PROPER) dapat dilakukan evaluasi dan audit komunikasi untuk menilai sejauh mana komunikasi pengelolaan lingkungan diterapkan dalam keseluruhan proses pengelolaan lingkungan. Audit komunikasi dalam hal ini ditujukan untuk mengukur seberapa efektif perencanaan atau strategi yang telah ditetapkan di awal program dalam mengawal dan memastikan capaian program pengelolaan lingkungan. Terakhir, dalam proses manajemen sirkular ini adalah tahap Komunikasi (UN Global Compact) atau Publikasi (PROPER), dalam hal ini, barulah kita merujuk pada pengertian sebelumnya yang dibahas di awal tulisan ini bahwa program dan kegiatan yang telah dilakukan selama proses pengelolaan lingkungan tersebut dikomunikasikan atau didiseminasikan kepada publik melalui sarana-sarana publikasi baik itu media arus utama maupun konferensi-konferensi ilmiah yang memungkinkan publik mengetahui mengenai pengelolaan lingkungan yang telah dilakukan. Dalam konteks ini, sering kali kita terjebak bahwa komunikasi yang dimaksud hanyalah komunikasi menggunakan media arus utama saja, padahal konteks penyebaran informasi pengelolaan lingkungan dapat dilakukan melalui berbagai cara dan media sehingga

tidak terbatas pada penggunaan media arus utama semata. Penggunaan ruang-ruang publik, forum ilmiah, media sosial bahkan pertemuan-pertemuan masyarakat lokal juga harus dilihat sebagai upaya komunikasi untuk menyebarkan informasi dan membangun kesepahaman bahwa pengelolaan lingkungan telah dilaksanakan dan menghasilkan dampak tertentu. Secara ringkas, dapat dilihat pada gambar 1.3. tentang tawaran model komunikasi pengelolaan lingkungan oleh penulis.



Gambar 1.3: Model Komunikasi Pengelolaan Lingkungan yang ditawarkan
(Sumber: Penulis)

Penutup

Akhirnya apa yang coba ditawarkan penulis dari sintesis dua model manajemen terhadap pengelolaan lingkungan dalam formulasi model komunikasi pengelolaan lingkungan tentu masih sangat terbatas dari aspek teori maupun praktik. Namun diharapkan tawaran ini dapat mengisi diskusi terhadap penggunaan model komunikasi seperti apa yang tepat digunakan dalam konteks pengelolaan lingkungan yang kini tengah marak diperbincangkan baik itu dalam skala global maupun nasional agar tidak semata-mata menggunakan instrumen komunikasi yang secara masif melakukan kerja-kerja kehumasan namun juga melibatkan masyarakat lokal sebagai pewaris utama dan kelompok yang paling terkena dampak dalam kegiatan pengelolaan lingkungan.

Pengembangan lebih lanjut dengan melihat aspek teoritis yang lebih mendalam serta melibatkan praktisi-praktisi pengelolaan lingkungan guna mendapatkan formulasi yang lebih tepat tentu sangat diperlukan guna menyempurnakan tawaran model ini.

Daftar Pustaka

- Flor, A. G., & Cangara, H. (2018). *Komunikasi Lingkungan: Penanganan Kasus-kasus Lingkungan melalui Strategi Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia.
- Cantrill, James. (2015). Social Science Approaches to Environment, Media, and Communication in Hansen, A., & Cox, R. (Eds). *The Routledge Handbook of Environment and Communication*. (pp. 49-60). Oxon: Routledge.
- Cox, R., & Depoe, S. (2015). Emergence and growth of The field of environmental Communications in Hansen, A., & Cox, R. (Eds). *The Routledge Handbook of Environment and Communication*. (pp. 13-22). Oxon: Routledge.
- Evans, H. C., Dyll, L., & Teer-Tomaselli, R. (2018). Communicating Climate Change: Theories and Perspectives in Filho, W. L., Manolas, E., Azul, A. M., Azeiteiro, U. M., & McGhie, H. (Eds). *Handbook of Climate Change Communication Vol.1: Theory of Climate Change Communication*. (pp. 107-121). Charm: Springer.
- Figueroa, M.E., Kincaid, D.L., Rani, M. & Lewis, G. (2002). *Communication for Social Change: an Integrated model for measuring The process and Ita outcomes*. New York: The Rockefeller Foundation.
- Hansen, Anders. (2015). Communication, Media and The Social Construction of The Environment in Hansen, A., & Cox, R. (Eds). *The Routledge Handbook of Environment and Communication*. (pp. 13-22). Oxon: Routledge.
- United Nations. UN Global Compact Management Model. Delloitte.
- Widhagdha, Miftah Faridl. (2019). *Relasi Sosial dalam Praktik CSR*. Surakarta: Arjuna Wijaya.

Pengaruh Usabilitas dan Informasi Pada Kampanye “Kangpisman” Melalui Instagram Terhadap Perilaku Mengelola Sampah

Cholidah Astri Pertiwi, Edy Prihantoro, Kiayati Yusriah

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma,

Email : cholidahap@gmail.com, ediprie@gmail.com,

kiayati@staff.gunadarma.ac.id

Pendahuluan

Sampah yang menumpuk dan tidak dikelola dengan baik dapat menimbulkan bencana, seperti longsor sampah yang pernah terjadi di Bandung pada tahun 2005 lalu. Menurut laporan *Tempo* yang dikutip oleh LIPI dalam situsnya (diterbitkan pada 2 Maret 2005) pada tahun 2005, tempat pembuangan akhir (TPA) sampah Leuwigajah di Desa Leuwigajah, Cimahi, Jawa Barat meledak setelah diguyur hujan deras. Berdasarkan latar belakang tersebut, Pemerintah Kota (Pemkot) Bandung bersama Perusahaan Daerah (PD) Kebersihan Kota Bandung berupaya untuk mengubah perilaku masyarakat dalam mengelola, memilah, dan menjadikan sampah memiliki nilai ekonomis. Untuk mendukung hal tersebut, Wali Kota Bandung, Oded M. Danial, meresmikan program “Kurangi, Pisahkan dan Manfaatkan Sampah (Kang Pisman)” pada November 2018 lalu. Seperti yang dilansir oleh *Pikiran-Rakyat.com* (diterbitkan pada 28 Juni 2018), Direktur Umum PD Kebersihan, Gun Gun Saptari menjelaskan bahwa Kang Pisman adalah kampanye untuk mengubah pola perilaku masyarakat agar mengurangi sampah makanan, memilah jenis sampah, dan memanfaatkan sampah sehingga memiliki nilai jual.

Kampanye Kang Pisman dilakukan secara konvensional dan melalui media *online*. Kampanye konvensional dengan mengadakan *talkshow* “Bandung Menjawab”, sosialisasi ke institusi pendidikan, dan pembuatan Bank Sampah di Kecamatan. Sedangkan, kampanye melalui media *online* yakni melalui website www.kangpisman.com dan akun Instagram @kangpisman.

Revolusi komunikasi turut merubah aktivitas pemerintahan. Muncul istilah *E-Government* dimana pelayanan publik dilakukan secara *online*, yakni melalui situs web hingga media sosial. Pertumbuhan *e-government* berpotensi untuk mengubah lingkungan kerja tradisional menjadi suatu lingkungan *online-based* yang dapat meningkatkan akses dan layanan pemerintah kepada masyarakat (Basu, 2004: 109). Meski begitu, *e-government* menghadapi suatu tantangan besar untuk berinteraksi dengan pengguna. Elemen kepercayaan (*trustworthiness*) menjadi suatu katalisator dalam mengadopsi *e-government* (Warkentin et al, 2002: 157). Dengan adanya rasa kepercayaan yang tinggi, pengguna atau masyarakat dapat mengurangi persepsi mereka terhadap risiko dan ketidakpastian dalam penggunaan dan penerimaan sistem *online*. Rasa kepercayaan itu sendiri dipengaruhi oleh kredibilitas media *online* yang digunakan, meliputi tampilan situs, kualitas informasi, dan keterbacaan informasi (*readability*) (Araujo & Grande, 2003: 15). Kredibilitas media juga dipengaruhi oleh usabilitas media yang digunakan, semakin tinggi tingkat usabilitas, semakin tinggi pula kredibilitas suatu situs atau media *online* (Huang et al., 2009: 26). Krug dalam Valenti (2019: 1) mendeskripsikan usabilitas sebagai sesuatu yang berguna, dapat dipelajari, diingat, diinginkan, disukai, efektif, dan efisien. Pemerintah dalam menerapkan *e-government* tentunya harus memperhatikan usabilitas dari media yang digunakan. Pemkot Bandung dan PD Kebersihan Kota Bandung dalam melakukan kampanye Kang Pisman menggunakan media sosial Instagram sebagai media utama (selain situs web) untuk menyebarkan informasi dan berkomunikasi dengan masyarakat. Maka dari itu, usabilitas sangat diperlukan dalam menjalankan aktivitas kampanye di akun @kangpisman.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan studi yang diposisikan sebagai bebas nilai (*value free*). Dengan kata lain, penelitian kuantitatif sangat ketat menerapkan prinsip-prinsip objektivitas. Objektivitas itu diperoleh antara lain melalui penggunaan instrumen yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya.

Teknik pengumpulan datanya menggunakan teknik kuesioner, observasi, dan studi pustaka. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh followers Akun Instagram Kang Pisman. Peneliti menggunakan teknik purposive sampling, yakni menentukan sampel dengan mempertimbangkan kriteria tertentu. Kriteria tersebut antara lain responden adalah pengguna akun Instagram, mengikuti/mem-follow

akun Instagram Kang Pisman, dan mengecek kiriman Kang Pisman setidaknya 3 kali dalam seminggu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengikut akun instagram @kangpisman yang berjumlah lebih dari 3800 pengikut. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan hingga 400 sampel, sesuai dengan perhitungan menggunakan rumus *Taro Yamane*.

Pembahasan

Adapun pemanfaatan akun Instagram Kang Pisman sebagai media informasi dan kampanye oleh Pemkot dan PD Kebersihan Kota Bandung merupakan implementasi dari konsep *e-government* dalam Inpres nomor 3 tahun 2003 tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan *E-Government*. Kebijakan tersebut pada awalnya mengamanatkan setiap lembaga negara untuk membangun *website* guna mengembangkan *e-government* sebagai upaya untuk penyelenggaraan pemerintahan yang berbasis elektronik dalam rangka meningkatkan kualitas layanan publik secara efektif dan efisien. Seiring dengan semakin berkembangnya media informasi dan komunikasi, penggunaan *website* sebagai sarana elektronik tersebut diperluas lagi dengan penggunaan media sosial. Melalui Peraturan Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara (Permenpan) No. 83 Tahun 2012, mengenai Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah, penggunaan media sosial di lingkup pemerintah menjadi suatu pembahasan utama. Dalam peraturan tersebut, dijelaskan bahwa pemanfaatan media sosial merupakan suatu strategi komunikasi yang harus memperhatikan manajemen perubahan (*change management*), manajemen pengetahuan (*knowledge management*), dan penataan tata laksana (*business process*).

Pemkot Bandung dan PD Kebersihan Kota Bandung melalui akun Instagram Kang Pisman mengatur suatu strategi untuk mengubah (*change management*) perilaku masyarakat dalam mengelola sampah. Untuk memperkuat upaya tersebut, akun Kang Pisman menyertakan informasi yang cukup dalam dan beragam mengenai isu lingkungan dan permasalahan sampah di Indonesia, khususnya di Kota Bandung (*knowledge management*). Selain itu, melalui akun Instagram Kang Pisman, Pemkot Bandung beserta PD Kebersihan Kota Bandung juga memanfaatkan media sosial tersebut untuk mempublikasikan kegiatan nyata Kang Pisman seperti Diskusi Online dan Talkshow “Kunafe Talks: Kunafe Harus Dukung Kang Pisman?”.

Menurut Agung dan Susanto (2018: 18) rasa kepercayaan masyarakat terhadap *e-government* berpengaruh pada niat untuk menggunakan layanan *e-government* di masa yang akan datang. Hal tersebut juga disinggung oleh Warkentin dkk. (2002: 157) bahwa elemen kepercayaan (*trustworthiness*) menjadi suatu katalisator dalam mengadopsi *e-government*. Pada survei yang dilakukan terhadap akun Instagram Kang Pisman, 348 responden setuju bahwa informasi mengenai sampah yang diunggah oleh akun @kangpisman dapat dipercaya, sehingga mereka memutuskan untuk mempraktekkan sistem pengelolaan sampah ala Kang Pisman. Temuan tersebut dapat dijadikan sebagai salah satu faktor penerimaan masyarakat untuk terus memanfaatkan akun Instagram Kang Pisman dalam memperoleh informasi dari pemerintah.

Dimensi yang digunakan untuk mengidentifikasi usability penggunaan media sosial Instagram Kang Pisman adalah dimensi ketertarikan visual (*visual appeal*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*) yang dibahas dalam jurnal milik Valenti (2019). Ketertarikan visual (*visual appeal*) didefinisikan oleh Valenti (2019) sebagai tampilan yang menarik, warna yang nyaman dilihat, penempatan logo dan gambar yang merepresentasikan dengan tepat, ukuran dan model huruf yang tepat, dan kontras yang mencukupi. Berdasarkan hasil survei, lebih dari 80% responden mengaku bahwa akun Instagram Kang Pisman memiliki tampilan yang menarik, 93,5% merasa nyaman dengan pemilihan warna yang digunakan akun Instagram tersebut. Adapun warna yang mendominasi foto unggahan akun Instagram Kang Pisman adalah hijau dan biru.

Kemudahan penggunaan (*ease of use*) didefinisikan oleh Valenti (2019) sebagai tingkat kemudahan mengakses, istilah yang tepat, konten yang beragam, dan kelengkapan konten. Berdasarkan hasil survei, seluruh responden berpendapat bahwa akun Instagram Kang Pisman mudah diakses. Hal tersebut karena Instagram dapat diakses melalui aplikasi di ponsel dan situs web www.instagram.com. Selain itu, 90 % responden menganggap akun Kang Pisman sudah menulis informasi dasar secara lengkap di kolom bio. Meski begitu, perlu diperhatikan pula pendapat 10% responden yang berpendapat sebaliknya. Akun Instagram Kang Pisman harus mengembangkan lagi informasi dasar di kolom bio, karena fitur tersebut terletak paling atas pada tampilan profil pengguna Instagram. Pada penelitian ini, peneliti memfokuskan bagaimana pesan kampanye Kang Pisman yang berupa pesan persuasif berhubungan

dengan perilaku *followers* aktif untuk mengelola sampah.

Melalui rute sentral, individu menimbang isi pesan tersebut dengan menganalisis dan membandingkannya dengan pengetahuan atau informasi yang telah ia miliki. Petty dan Cacioppo dalam Morissan (2013) mengatakan, sikap yang terbentuk melalui rute sentral lebih persisten dan lebih resisten, serta hubungan sikap dan perilaku lebih prediktif bila dibandingkan dengan yang terbentuk melalui rute perifer. Oleh karena itu, yang menjadi pokok dari penelitian ini adalah pembuktian secara teoritis bagaimana pesan kampanye yang diproses melalui rute sentral berhubungan dengan sikap *followers* aktif terhadap perilaku mengelola sampah.

Adapun indikator yang mempengaruhi rute sentral seperti dirangkum oleh Filieri dan McLeay (2013) antara lain *information completeness*, *timeliness*, *accuracy*, *relevancy*, *understandability*, dan *value addition*. *Information timeliness* menuntut informasi yang disajikan bersifat baru dan terkini. Lebih dari 90% responden mengaku bahwa akun @kangpisman menyampaikan informasi terbaru atau *up-to-date*; serta mengunggah informasi tiap hari. *Information completeness* menuntut agar pesan dan informasi disampaikan secara lengkap dan mendalam. Terkait hal tersebut, lebih dari 90% responden mengaku bahwa informasi yang disampaikan akun @kangpisman sudah cukup lengkap, dan lebih dari 80% responden setuju bahwa informasi yg dibahas sudah secara mendalam. Meski begitu, perlu diperhatikan pula pendapat responden yang berpikir sebaliknya. Akun Instagram Kang Pisman harus meningkatkan lagi kelengkapan konten informasi yang disampaikan. *Information relevancy* menuntut informasi yang disajikan sesuai dengan kebutuhan komunikasi, sehingga komunikasi merasa puas dengan informasi yang mereka terima. Berdasarkan survei, lebih dari 90% responden setuju bahwa informasi dalam akun Instagram @kangpisman sesuai dengan kebutuhan mereka untuk mendapatkan informasi mengenai pengelolaan sampah dan mereka merasa puas dengan informasi tersebut. *Information accuracy* membahas tentang tingkat kepercayaan terhadap informasi dan seberapa besar informasi tersebut dapat diandalkan untuk memenuhi kebutuhan informasi. Berdasarkan survei, lebih dari 90% responden setuju bahwa informasi yang dikirim oleh akun Instagram @kangpisman dapat dipercaya dan diandalkan dalam upaya mereka memenuhi kebutuhan informasi. *Information understandability* didefinisikan sebagai tingkat keterbacaan

dan pemahaman suatu informasi. Lebih dari 90% responden mengaku bahwa informasi dalam akun Instagram Kang Pisman mudah dibaca dan dipahami. *Information value addition* menuntut suatu informasi agar memiliki nilai tambah pada kognitif komunikasi dan mampu menambah pengetahuan baru. Lebih dari 95% responden mengaku bahwa informasi yang disampaikan oleh akun Instagram Kang Pisman menambah pengetahuan mereka tentang pengelolaan sampah sekaligus dampak positifnya.

Petty dan Cacioppo dalam Morissan (2013) mengatakan, sikap yang terbentuk melalui rute sentral lebih persisten dan lebih resisten, serta hubungan sikap dan perilaku lebih prediktif bila dibandingkan dengan yang terbentuk melalui rute perifer. Berdasarkan pembahasan sebelumnya, lebih dari 90% merasa puas dengan informasi dalam akun Instagram Kang Pisman. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa rute sentral dalam Teori Kemungkinan Elaborasi telah terpenuhi, sehingga diharapkan dapat membentuk suatu sikap dan perilaku tertentu. Maka dari itu, perlu dibahas pula sejauh mana pembentukan perilaku yang dihasilkan dari interaksi pengguna dengan akun Instagram Kang Pisman.

Menurut Ostergaard dalam Venus (2007:10) pembentukan perilaku dari suatu upaya kampanye melalui 3 tahap, yaitu pengetahuan (*awareness*), sikap (*attitude*) dan perilaku (*action*). Pada tahap pertama kegiatan kampanye diarahkan untuk menciptakan perubahan pada tataran pengetahuan atau kognitif. Pada tahap kognitif, kampanye Kang Pisman menargetkan masyarakat untuk lebih memperhatikan isu lingkungan, khususnya permasalahan sampah. Selain itu, kampanye tersebut berusaha memperkenalkan cara mengelola sampah kepada masyarakat luas melalui media sosial Instagram. Berdasarkan paket pernyataan mengenai *awareness*, lebih dari 80% responden menyimak secara seksama konten informasi yang terdapat dalam akun Instagram @kangpisman. Selain itu, responden merasa bertambah pengetahuannya mengenai sistem pengelolaan sampah dengan cara mengurangi, memisahkan, dan memanfaatkan sampah.

Tahapan berikutnya diarahkan pada perubahan dalam ranah sikap atau *attitude*. Sasarannya adalah untuk memunculkan simpati, rasa suka, kepedulian atau keberpihakan khalayak pada isu-isu yang menjadi tema kampanye. Pada tahap *attitude*, kampanye Kang Pisman berupaya untuk meningkatkan ketertarikan masyarakat pada isu lingkungan, permasalahan sampah, dan cara mengelola sampah. Berdasarkan paket

pernyataan mengenai *attitude*, diketahui bahwa terdapat keinginan pada diri responden untuk mengetahui lebih jauh informasi pengelolaan sampah. Selain itu, mereka ingin mempraktekkan pengelolaan sampah karena telah mengetahui dampak positif yang dipaparkan dalam akun Instagram @kangpisman.

Tahap terakhir kegiatan kampanye ditujukan untuk mengubah perilaku khalayak secara konkrit dan terukur. Tahap ini menghendaki adanya tindakan tertentu yang dilakukan oleh sasaran kampanye. Pemkot Bandung dan PD Kebersihan Kota Bandung melalui Kang Pisman berupaya untuk menumbuhkan perilaku mengelola sampah melalui media sosial Instagram. Berdasarkan paket pernyataan mengenai *action*, lebih dari 90% responden mengaku terpengaruh oleh kampanye pengelolaan sampah oleh akun Instagram @kangpisman. Selain itu, lebih dari 80% mengaku bahwa mereka sudah mulai mempraktekkan sistem pengelolaan sampah yang disampaikan dalam akun Instagram @kangpisman.

Pada pembahasan awal, dijelaskan bahwa akun Instagram Kang Pisman memiliki tingkat usability yang tinggi. Responden mengaku mudah mengakses akun tersebut, selain itu mereka tertarik dengan tampilan yang ada, meliputi gambar dan teks yang terdapat dalam kiriman akun Kang Pisman. Konsep '*use*' (penggunaan) merupakan bagian yang sangat penting atau pokok dari pemikiran ini. Karena pengetahuan mengenai penggunaan media dan penyebabnya, akan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa (Sendjaja, 2004: 41). Dengan tingkat usability tinggi yang dirasakan oleh responden, diharapkan dapat memberikan jalan untuk hasil dari pelaksanaan kampanye Kang Pisman, yakni meningkatnya perhatian, sikap, dan terbentuknya perilaku mengelola sampah di kalangan masyarakat.

Dalam Teori *Uses and Effects*, hasil ditentukan sebagian oleh isi media (melalui perantara penggunaan media) dan sebagian lain oleh penggunaan media itu sendiri. Oleh karenanya ada dua proses yang bekerja secara serempak, yang bersama-sama menyebabkan terjadinya suatu hasil yang kita sebut '*consequence*' (gabungan antara konsekuensi dan efek). Proses pendidikan biasanya menyebabkan hasil yang berbentuk '*consequence*'. Di mana sebagian dari hasil disebabkan oleh isi yang mendorong pembelajaran (efek), dan sebagian lain merupakan hasil dari suatu proses penggunaan media yang secara otomatis mengakumulasi dan menyimpan pengetahuan.

Jika usabilitas akun Instagram Kang Pisman merupakan proses penggunaan media yang menghasilkan konsekuensi berupa akumulasi dan penyimpanan pengetahuan, maka elemen yang menghasilkan efek adalah informasi yang terkandung dalam akun tersebut. Berdasarkan hasil survei, informasi dalam akun Instagram Kang Pisman telah memenuhi elemen dalam Teori Kemungkinan Elaborasi seperti yang telah dibahas dalam jurnal milik Filieri dan McLeay (2013). Elemen tersebut antara lain *information completeness*, *timeliness*, *accuracy*, *relevancy*, *understandability*, dan *value addition*. Terjadinya usabilitas ketika menggunakan media dan informasi yang diterima oleh pengguna mengakibatkan terbentuknya suatu hasil yang disebut '*conseffects*' (gabungan antara konsekuensi dan efek). Dimana *conseffects* merupakan hasil dari proses pendidikan ketika pengguna menggunakan media dan menerima isi media.

Keith R. Stamm dan John E. Bowes (1990) membagi kedua bagian dasar. Pertama, efek primer meliputi terpaan, perhatian, dan pemahaman. Kedua, efek sekunder meliputi perubahan tingkat kognitif (perubahan pengetahuan dan sikap), dan perubahan perilaku (menerima dan memilih). Fokus dalam penelitian ini terletak pada efek sekunder yang terjadi pada responden yang mengakses akun Instagram Kang Pisman. Efek sekunder yang diharapkan dari tingkat usabilitas dan informasi tersebut adalah terjadinya efek 3A dari Ostegaard (*awareness*, *attitude*, dan *action*). Berdasarkan hasil survei yang telah dibahas, sebagian besar responden mengalami perubahan pengetahuan, ketertarikan terhadap isu lingkungan, dan perubahan perilaku dalam mengelola sampah.

Menurut hasil uji T dan F yang dilakukan oleh Peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 20, ditemukan bahwa variabel usabilitas dan informasi pada akun Instagram Kang Pisman berpengaruh terhadap perilaku masyarakat dalam pengelola sampah. Pengaruh tersebut terjadi baik secara parsial, maupun secara simultan. Hal tersebut membuktikan asumsi Teori *Uses and Effects* yang mengatakan bahwa konsekuensi dan efek (*conseffects*) media dipengaruhi oleh penggunaan dan isi media. Hasil penelitian yang menyatakan bahwa usabilitas atau kemudahan penggunaan media yang berpengaruh terhadap perilaku tersebut, sejalan dengan jurnal penelitian oleh Sarabdeen dkk. (2014: 261) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan (*ease of use*) merupakan elemen yang penting dalam mengadopsi sistem *e-government*. Dengan begitu, masyarakat dapat lebih tertarik untuk berpartisipasi

menggunakan layanan *e-government*. Selain itu, penggunaan variabel informasi sebagai rute sentral dalam Teori Kemungkinan Elaborasi, membuktikan asumsi Petty dan Cacioppo yang mengatakan bahwa sikap yang terbentuk melalui rute sentral lebih persisten dan lebih resisten, serta hubungan sikap dan perilaku lebih prediktif bila dibandingkan dengan yang terbentuk melalui rute perifer. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan jurnal milik Ronauli dkk. (2016: 125) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara pesan kampanye dalam rute sentral terhadap perubahan sikap. Asumsi pengaruh tersebut juga diperkuat dengan hasil penelitian oleh Al-Athmay dkk. yang menjelaskan bahwa kualitas informasi merupakan salah satu elemen penting dalam sikap mengadopsi layanan *e-government*, hingga kemudian dapat mengubah perilaku masyarakat sesuai dengan visi misi pemerintah.

Penutup

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat diketahui sebagai berikut:

- Variabel usabilitas pada akun Instagram Kang Pisman (@kangpisman), baik secara parsial. Pengaruh tersebut bersifat positif dan signifikan, artinya semakin besar nilai variabel usabilitas pada akun Instagram Kang Pisman, semakin besar pula perubahan perilaku *followers* untuk mengelola sampah.
- Variabel informasi pada akun Instagram Kang Pisman (@kangpisman), baik secara parsial. Pengaruh tersebut bersifat positif dan signifikan, artinya semakin besar nilai variabel informasi pada akun Instagram Kang Pisman, semakin besar pula perubahan perilaku *followers* untuk mengelola sampah.
- Variabel usabilitas dan informasi pada akun Instagram Kang Pisman (@kangpisman) berpengaruh secara simultan. Pengaruh tersebut bersifat positif dan signifikan, artinya semakin besar nilai variabel usabilitas dan informasi pada akun Instagram Kang Pisman, semakin besar pula perubahan perilaku *followers* untuk mengelola sampah. Hal tersebut menunjukkan bahwa kampanye melalui media sosial Instagram cukup efektif untuk mencapai tujuan dalam hal merubah perilaku target kampanye.
- Variabel informasi memberikan pengaruh yang paling tinggi dibanding variabel usabilitas, maka diharapkan bagi pihak yang akan

melakukan kampanye agar dapat memperhatikan konten informasi yang disampaikan agar dapat mempengaruhi aspek pengetahuan, sikap, hingga perilaku.

- Penelitian ini juga membuktikan asumsi Petty dan Cacioppo yang mengatakan bahwa sikap yang terbentuk melalui rute sentral lebih persisten dan lebih resisten, serta hubungan sikap dan perilaku lebih prediktif bila dibandingkan dengan yang terbentuk melalui rute periferal.
- Adapun dimensi variabel usability yang dibahas dalam penelitian ini antara lain ketertarikan visual (*visual appeal*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*). Sedangkan, dimensi variabel informasi yang dibahas antara lain *information completeness*, *timeliness*, *accuracy*, *relevancy*, *understandability*, dan *value addition*. Lebih dari 80% responden setuju bahwa akun Instagram Kang Pisman memiliki visual yang menarik, mudah diakses, serta konten informasi yang dapat diandalkan sebagai sumber informasi.
- Perilaku yang dibahas dalam penelitian ini meliputi 3 aspek, yakni pengetahuan (*awareness*), sikap (*attitude*), dan perilaku (*action*). Lebih dari 80% responden mengaku mulai memperhatikan sistem pengelolaan sampah, ingin mengetahui lebih jauh mengenai pengelolaan sampah, hingga mulai mempraktekkan hal tersebut di kehidupan sehari-hari.

Dengan dilakukannya penelitian ini, terdapat beberapa saran dari peneliti:

- Bagi para peneliti diharapkan dapat menganalisis faktor lain diluar variabel usability dan informasi yang dapat mempengaruhi perubahan perilaku, disarankan untuk menggunakan metode campuran untuk mengetahui lebih dalam pengaruh dan faktor apa saja yang belum terdefinisikan dalam penelitian ini.
- Dapat dijadikan bahan evaluasi bagi Pemerintah Kota Bandung dan Perusahaan Daerah Kebersihan Kota Bandung agar memperkaya konten informasinya.
- Bagi pelaku kampanye perubahan sosial, agar dapat mempertimbangkan faktor usability dan informasi. Sehingga, tujuan kampanye dapat tercapai sesuai dengan visi dan misi yang ditetapkan.
- Bagi masyarakat dan pengguna media sosial Instagram, agar dapat menyaring informasi dan menggunakan media sosial dengan bijak.

Adopsi informasi yang baik, dan hindari informasi yang berpotensi sebagai berita bohong (*hoax*).

- Bagi para pembaca. semoga penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber informasi mengenai topik Usabilitas, Nilai Informasi, Perubahan Perilaku, Teori *Uses and Effects*, dan Teori Kemungkinan Elaborasi, serta kegiatan kampanye melalui media baru atau internet, khususnya media sosial Instagram.

Daftar Pustaka

- Aditya, Rangga. 2015. “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru”. *Jom FISIP*, Volume 2 No. 2.
- Basu, S. 2004. “E-government and developing countries: an overview”. *International Review of Law Computers & Technology*, Volume 18 No.1, 109–132
- Creswell, J., W. 2012. *Research design Pendekatan kualitatif, Kuantitatif dan. Mixed*. Cetakan ke-2. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Penerbit Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Ellison & Boyd. 2008. *Journal Computer Mediated Communication*. Tarleton State University, Amerika.
- Fidler, Roger. 2003. *Medeiamorfosis: Memahami Media Baru*. Bentang Budaya, Yogyakarta.
- Filieri, Raffaele dan McLeay, Fraser. (2013). “E-WOM and Accommodation: An Analysis of the Factors That Influence Travelers’ Adoption of Information from Online Reviews”. *Journal of Travel Research*, XX (X), 1—14.
- Gamble, Michael and Teri Kwal Gamble. 2005. *Communication Work 8th edition*. McGraw-Hill, New York.
- LIPI. 16 Januari 2019. *Horor di Bukit Sampah*. <http://lipi.go.id/berita/single/horor-di-bukit-sampah/703>.
- Pikiran Rakyat. 2 Februari 2019. *Kang Pisman, Solusi Masalah Sampah Kota Bandung*. <http://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/2018/06/28/kang-pisman-solusi-masalah-sampah-kota-bandung-426584>.
- Huang, Zhao, dkk. 2009. “The Assessment of Credibility of e-Government: Users’ Perspective”. *Human Interface, Part II, HCII 2009*, LNCS 5618, 26–35.

- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenada Media, Jakarta.
- _____. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenada Media, Jakarta.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Prenada Media, Jakarta.
- Putri, Dhita Widya dan De Mormes, Maulida. 2017. “Analisis Strategi Perencanaan Pesan Pada Akun Instagram E-Commerce @thekufed”. *The Messenger*, Volume 9, No. 1.
- Ronauli, Mailany, dkk. 2016. “Hubungan Antara Pesan Kampanye 9 Aksi Ramah Lingkungan di Akun Twitter Earth Hour Bandung dengan Sikap Followers Aktif Terhadap Gaya Hidup Ramah Lingkungan”. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 1 (1), 125—144.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Universitas Terbuka, Jakarta.
- Shi, Juan, dkk. 2018. “Determinants of users’ information dissemination behavior on social networking sites: An elaboration likelihood model perspective”. *Internet Research*, 28 (2), 393—418.
- Stamm, Keith R. dan John E. Bowes. 1999. *Proses Komunikasi Massa, Sebuah tindakan dan Perspektif Sosial*. Rosdakarya, Bandung.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Alfabeta, Bandung.
- Valenti, Alyssa. 2019. “Usability Testing for A Community College Library Website”. *Library Hi Tech News*, 36 (1), 1—7.
- Venus, Antar. 2018. *Manajemen Kampanye; Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Warkentin, M., et al. 2002. “Encouraging citizen adoption of e-government by building trust”. *Electronic Markets*, Volume 12 No.3, 157–162.

Kampanye Komunikasi Persuasif Lingkungan pada Program Relokasi Sungai Karang Mumus Kota Samarinda

Hairunnisa, Annisa Wahyuni A, Kadek Dristiana D

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Mulawarman

Email: fokda_2006@yahoo.com, annisaarsyad106@gmail.com,

kadekdristiana@gmail.com

Pendahuluan

Perkembangan suatu daerah dari waktu ke waktu dan juga pertumbuhan populasi penduduk memberikan banyak pengaruh pada lingkungan sekitar. Dampak dari pembangunan yang terjadi menyebabkan ruang-ruang kota semakin padat. Pola pembangunan berwawasan lingkungan diperlukan sebagai suatu rangkaian dalam upaya membangun suatu daerah. Dalam hal ini, dikatakan berkelanjutan karena suatu proses pembangunan yang berkesinambungan dan dinamis memerlukan pengelolaan yang rasional dan bijaksana dan memperhatikan dampaknya secara luas.

Salah satu hal mendasar yang menjadi sorotan dalam pembangunan berwawasan lingkungan adalah berkenaan dengan pengelolaan Daerah Aliran Sungai (DAS). Daerah Aliran Sungai merupakan wilayah yang dibatasi oleh topografi dimana air yang berada di wilayah tersebut akan mengalir ke outlet sungai utama hingga ke hilir. Sandy (1996) dalam penelitian Zairullah (2014,1391) mendefinisikan DAS sebagai bagian dari permukaan bumi yang airnya mengalir kedalam sungai apabila hujan jatuh. Komponen yang terdapat dalam DAS terdiri dari komponen fisik, kimia, dan biologi. Komponen fisik mencakup kondisi geografis DAS yang bersangkutan, sedangkan kondisi kimia lebih menitikberatkan kepada kondisi daripada air sungai.

Saat ini lingkungan yang terbangun disekitar bantaran sungai pada umumnya merupakan kawasan terbangun sangat padat dengan rata-rata KDB mencapai 80%-90% (Rahmadi,2009) dalam Cesarin dan Ginting (2015:118). Keberadaan pemukiman di sekitar bantaran sungai bukanlah sesuatu yang baru. Terdapat banyak kota di Indonesia yang terbentuk

karena keberadaan sungai. Dari total 472 kota dan kabupaten, hampir 300 kota dan kabupaten dibangun dekat dengan sumber air, baik berupa danau, daerah aliran sungai, maupun tepi pantai (Rahmadi,2009). Banyaknya penduduk yang tinggal di daerah bantaran sungai pun berakibat munculnya perumahan dan pemukiman kumuh.

Samarinda adalah salah satu kota terbesar di Kalimantan Timur dan merupakan ibukota provinsi dengan luas 71.800 ha. Secara geografis Samarinda dikelilingi oleh Sungai Mahakam dan memiliki anak sungai, yaitu Sungai Karang Mumus (SKM) yang mengalir dari utara ke selatan dan melintasi ditengah-tengah kota samarinda. Sungai Karang Mumus merupakan anak Sungai Mahakam yang memiliki panjang aliran 34,7 kilometer di wilayah Kota Samarinda.

Sungai Karang Mumus sangat penting artinya dan berpengaruh bagi kehidupan masyarakat di sekitar daerah aliran sungai. Sekitar tahun 1970-1980an terdapat banyak hal menarik di sepanjang Sungai Karang Mumus. Umumnya daerah aliran sungai ini dimanfaatkan untuk daerah pemukiman, tempat berbagai jenis usaha, daerah pertanian dan sebagian lagi masih berupa lahan-lahan kosong (<http://kaltim.tribunnews.com/2017/05/14/secercah-asa-dalam-penyelamatan-sungai-karang-mumus>).

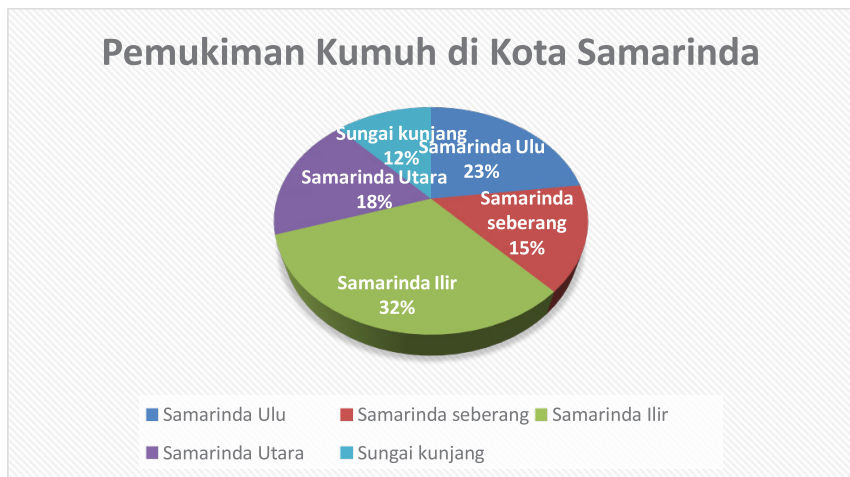
Pemukiman di sepanjang aliran Sungai Karang Mumus merupakan pemukiman padat penduduk dimana sebagian besar warganya memanfaatkan air sungai untuk kebutuhan hidup sehari-hari, seperti mandi, cuci, dan kakus (MCK), limbah rumah tangga berupa limbah sampah (baik padat maupun cair) seperti: bungkus makanan, air sabun, air bekas cucian yang mengandung zat kimia dan lainnya. Selain itu, daerah aliran sungai dimanfaatkan juga untuk berbagai jenis usaha diantaranya usaha perbengkelan dan berbagai jenis pabrik, sehingga limbah industri seringkali dibuang di sungai karang mumus tanpa melalui proses pengolahan terlebih dahulu (<http://kaltim.tribunnews.com/2017/05/14/secercah-asa-dalam-penyelamatan-sungai-karang-mumus>). Kegiatan ini terjadi selama puluhan tahun dan mengakibatkan pencemaran lingkungan sekitar, lingkungan yang kumuh. Sungai karang mumus sendiri berada ditengah kota Samarinda dan menyebabkan Kota Samarinda pun menjadi kumuh.

Pemerintah Kota Samarinda telah mengambil suatu kebijakan yaitu membuat suatu program pemindahan warga yang tinggal di tepi sungai Karang Mumus ke Bengkuring dan Sambutan. Program relokasi ini

disebut relokasi penduduk dari daerah aliran sungai (DAS) Karangmumus melalui Peraturan Daerah Kotamadya Samarinda Nomor 3 tahun 1986.

Kawasan Sungai Karang Mumus termasuk yang mendapat prioritas dalam program tersebut. Tindak lanjut pelaksanaan Program Kali Bersih (PROKASIH) dan akibat banjir di Samarinda pada tahun 1998 maka telah dijalankan program penurapan dan normalisasi sungai oleh Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur dan program relokasi penduduk bantaran Sungai Karang Mumus dari Jembatan 1 - Jembatan VII oleh Pemerintah Kota Samarinda dengan jumlah rumah sebanyak 3.915 rumah yang perlu direlokasi. (Sepriyansyah, 2014: 2101).

Berdasarkan hasil pendataan yang dilakukan Dinas Cipta Karya dan Tata Kota, sampai tahun 2007 di Kota Samarinda terdapat 110,346 unit rumah bangunan permanen dan 27,498 unit bangunan non permanen.



Gambar 1.1
Data Pemukiman Kumuh

Sumber: (<http://bappeda.samarindakota.go.id> tahun 2007)

Luas kawasan kumuh di Kota Samarinda adalah 96.10 m² yang mayoritas berada di Samarinda Ilir (32 %) serta lebih cenderung mengarah ke tepi sungai. Keadaan inilah yang membuat aliran beberapa anak sungai semakin lambat dan cenderung tidak mengalir. Selain permasalahan lingkungan yang kumuh, banjir juga merupakan alasan utama perlunya relokasi pada daerah bantaran sungai karang mumus tersebut. Berdasarkan data BAPPEDA, Kota Samarinda memiliki 522 titik banjir.

Menurut Agus dan Nana (2007) dalam penelitian yang dilakukan oleh Mayasari, Kusuma, dan Syahrani (2014,2424) terdapat beberapa langkah penataan sungai karang mumus yang telah dan akan dilakukan Pemerintah kota Samarinda, yaitu kawasan pemukiman kumuh yang berada di bantaran sungai karang mumus pada radius kurang lebih 5 – 20 meter akan direlokasi keluar kawasan, memindahkan atau menutup industri-industri kecil di sekitar sungai karang mumus, memperlebar jalan di tepi sungai karang mumus, menata relokasi pasar segiri, pasar pagi, dan pasar kecil lainnya, membuat jalur hijau dan taman dilahan sepanjang sungai yang terkena relokasi. Terdapat berbagai faktor penghambat yang mempengaruhi penataan bantaran sungai karang mumus sebagai Ruang Terbuka Hijau (RTH), yaitu sulitnya upaya pelaksanaan relokasi karena sebagian warga bantaran sungai karang mumus menolak untuk pindah.

Dalam beberapa tahap program relokasi bantaran sungai karang mumus terdapat masalah yang sama, yakni penolakan warga sekitar bantaran sungai untuk dipindahkan. Dalam hal ini dapat dikemukakan bahwa konflik yang terjadi karena komunikasi yang tidak menghasilkan kesepahaman antara Pemerintah Kota Samarinda dengan masyarakat setempat. Komunikasi persuasif dengan fokus pada isu lingkungan seharusnya menjadi poin penting yang harus dilakukan. Hal ini seharusnya dilakukan melalui kampanye komunikasi persuasif lingkungan untuk membangun kesadaran masyarakat mengenai perlunya relokasi serta isu lingkungan yang melatar-belakanginya.

Kampanye komunikasi persuasif lingkungan memerlukan partisipasi berbagai pihak, dan dalam hal ini Pemerintah Kota Samarinda adalah Dinas PUPR (Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat) perlu berkolaborasi dengan berbagai pihak seperti penggiat lingkungan untuk menggulirkan isu sentral secara komunikatif dengan tujuan untuk membangun kesadaran warga.

Penelitian ini memberikan penekanan pada isu lingkungan dan bagaimana kampanye komunikasi persuasif diperlukan untuk membentuk *awareness* (kesadaran) dan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya relokasi bantaran Sungai Karang Mumus tersebut. Kampanye lingkungan yang bersifat persuasif harus memuat pesan-pesan yang tersusun secara baik, sistematis dan masuk akal atau logis (rasional), memberikan bukti atau fakta berupa data-data (empiris) dan kebenaran dari hal tersebut bukanlah sesuatu yang bersifat rahasia tapi dapat diketahui banyak orang (umum). Selain itu diperlukan pula edukasi untuk masyarakat Kota

samarinda umumnya dan masyarakat yang tinggal di daerah sekitar Sungai Karang Mumus dalam mengembalikan kestabilan lingkungan dan menjaga kebersihan, keindahan daerah bantaran Sungai Karang Mumus dengan baik dan benar. Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan diatas maka peneliti merumuskan masalah penelitian ini adalah Bagaimana Kampanye Komunikasi Persuasif Lingkungan pada Program Relokasi Sungai Karang Mumus, serta melihat faktor-faktor pendukung dan penghambat komunikasi dalam program relokasi tersebut.

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan kampanye komunikasi persuasi lingkungan pada program relokasi Sungai Karang Mumus. Dalam penelitian ini mengutip teori relevan yang digunakan untuk membahas Kampanye Komunikasi Persuasif Lingkungan dan Program Relokasi Sungai Karang Mumus.

Dalam penelitian ini, kajian teoritik Komunikasi lingkungan, dimana menurut (Robert Cox, 2010) merupakan media pragmatis dan konstruktif untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai lingkungan. Menyangkut srategi pengemasan pesan dalam media untuk menumbuhkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan lingkungan. Komunikator utama dalam komunikasi lingkungan adalah pemerintah dan organisasi non pemerintah yang punya komitmen terhadap pengelolaan lingkungan. Pada dasarnya komunikasi lingkungan untuk menumbuhkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam mengelola lingkungan termasuk relokasi sungai polanya bersifat dialogis yang lebih banyak terjadi pada komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok. Oleh karena itu, pentingnya komunikasi persuasif berupa kampanye, seperti yang dikemukakan oleh Rogers dan Storey (dalam Venus, 2004:7) yang menjelaskan bahwa kampanye ialah rangkaian tindakan komunikasi yang terencana bertujuan untuk menimbulkan efek tertentu pada khalayak atau orang banyak. Berdasarkan pandangan Roger dan Storey seperti dikutip Bergerdan Chaffee dalam (Ummanah: 2009, 14), maka tujuan dan efek kampanye dikonseptualisasikan dalam 3 dimensi, yakni: level tujuan, level informasi yang meningkatkan efek kognitif individu untuk menghasilkan sikap dan perubahan sikap, dan pada fokus perubahan sikap perilaku yang tampak, serta fokus keuntungan. Hasil kampanye dapat dirasakan oleh pengirim, penerima, bahkan pihak ketiga.

Penelitian ini difokuskan pada beberapa hal, yaitu kampanye komunikasi persuasif lingkungan berdasarkan pandangan E.M Rogers & J.D.Storey (1987) dalam C.R Berger & C.H Chaffe (Ummanah,2004 :14) yakni pertama, variabel sumber, dalam hal ini berkaitan tentang kredibilitas, atraksi dan *power* yang dimiliki oleh komunikator (*source*). Kedua, variabel pesan yang berkaitan tentang daya tarik pesan, gaya atau cara penyampaian, pengorganisasian pesan, panjang atau lama pesan, kejelasan pesan, repetisi. Ketiga, variabel saluran, berkaitan tentang penggunaan mediamassa maupun media luar ruang untuk memaksimalkan aktivitas kampanye komunikasi persuasif. Keempat, variabel penerima, berkaitan tentang karakteristik target audiens yaitu faktor kapasitas individu (usia, pendidikan), ciri demografi (jenis kelamin, etnis), faktor perbedaan individu (gaya hidup, kepribadian). Kelima, variabel tujuan, mengacu pada level tujuan kampanye yaitu untuk menginformasikan, mempersuasi, dan memobilisasi. Variable tujuan menitikberatkan pada level tujuan apa perubahan yang diharapkan. Keenam, variabel output, berkenaan dengan terpaan komunikasi, perhatian, kesukaan (*likings*), pengetahuan yang diperoleh, kemampuan penerimaan (*learning how*), perubahan sikap (persetujuan), daya ingat atas isi atau argumen, pencarian informasi, membuat keputusan berdasarkan informasi yang diperoleh, berperilaku menurut yang diharapkan, memperkuat tindakan tersebut, memperkuat dan menggandakan

Dalam menjawab rumusan masalah tersebut, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan teknik *Purposive Sampling* dipilih dalam penentuan pemilihan informan. Teknik *purposive sampling* adalah menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu yang dapat memberikan data secara maksimal serta subjek/objek sesuai tujuan. Sedangkan teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi dan wawancara kepada Penggiat Lingkungan, dalam hal ini adalah Maulana Yudhistira, selaku Pembina pada Koalisi Pemuda Hijau Indonesia (KOPHI) dan Yustinus Sapto Hardjanto, selaku Founder dan Pendiri Sekolah Sungai Karang Mumus (SeSuKaMu). Adapun informan pendukung dalam penelitian ini adalah Hj. Susie Sukmawati, ST, MT selaku Sekretaris Dinas Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Kota Samarinda.

Pembahasan

Beberapa hal yang menjadi alasan mendasar dari program relokasi DAS karang mumus adalah tidak berfungsinya sempadan sungai, yaitu kawasan sepanjang kiri dan kanan sungai, termasuk sungai buatan/kanal/saluran irigasi primer, yang mempunyai manfaat penting untuk mempertahankan fungsi sungai (Keputusan Presiden Nomor 32 Tahun 1990). Dalam hal ini daerah sempadan sungai merupakan daerah bantaran sungai bagian dan badan sungai yang hanya tergenang air pada musim hujan dan daerah sempadan yang berada diluar bantaran yaitu daerah yang menampung luapan air sungai di musim hujan dan memiliki kelembaban tanah yang tinggi dibandingkan kelembaban tanah pada ekosistem daratan. Sempadan sungai memiliki fungsi yang penting untuk mempertahankan ekosistem darat dan sungai. Hal yang terjadi adalah aktivitas manusia dalam memanfaatkan fungsi sungai yang beraneka ragam menyebabkan terganggunya fungsi sempadan sungai tersebut. Hal tersebut menjadi salah satu penyebab banjir yang terjadi di DAS Karang Mumus yang dapat dikategorikan rusak parah.

Hal lain yang menjadi penyebab adanya program relokasi masyarakat di DAS Karang Mumus adalah lingkungan yang kumuh sebagai akibat dari banyaknya masyarakat yang menetap di lokasi DAS Karang Mumus dan berbagai aktivitas rumah tangga, pembuangan limbah industri dan rumah tangga. Akibat masyarakat yang tinggal di tepian atau pinggir sungai lebar sungai Karang mumus pun mengecil. Sungai Karang Mumus hakikatnya memiliki lebar 40 meter. Karena ditepiannya dijadikan tempat tinggal maka lebar sungai Karang Mumus menjadi 20 meter.

Berdasarkan instruksi dari Badan Lingkungan Hidup (BLH) Samarinda kualitas air Sungai Karang Mumus tidak lagi layak untuk digunakan akibat pencemaran limbah rumah tangga yang melebihi ambang normal, sehingga relokasi warga yang menetap di DAS Karang Mumus dianggap sebagai sebuah solusi dari permasalahan tersebut. tercatat sejak tahun 1989 hingga saat ini pemerintah Kota Samarinda telah merelokasi warga sebanyak 1.355 kepala keluarga ke lokasi pemukiman baru.

Selain upaya relokasi warga yang bermukim di bantaran sungai, pemerintah Kota juga melakukan upaya normalisasi sungai dengan cara melakukan pengerukan dasar sungai yang mengalami sedimentasi karena menumpuknya limbah rumah tangga yang tertumpuk puluhan tahun lamanya. Rencana kelanjutan relokasi ribuan bangunan milik warga

dari bantaran Sungai Karang Mumus (SKM) masih menjadi pekerjaan rumah Pemerintah Kota Samarinda. Program relokasi SKM ini sudah dicanangkan sejak tahun 1989 lalu. Dengan jumlah bangunan sebanyak 3.915 yang harus direlokasi dari segmen Jembatan I hingga Jembatan VII. Hanya saja tahun 2015 lalu, yang sudah berhasil direlokasi hanya sekitar 1.600 unit rumah. Pemkot Samarinda telah menyiapkan sebanyak 84 unit rumah dengan tipe 36/150 di Handil Kopi Kecamatan Sambutan. Jika mengacu data yang ada, dalam hal ini Pemerintah Kota Samarinda setidaknya harus membangun 2.000 unit rumah lagi. (<http://kaltim.tribunnews.com/2018/06/09/minat-warga-sungai-karang-mumus-tinggal-di-rusunawa-masih-rendah?page=all>)

Dalam penelitian Dirahman (2017) dikemukakan bahwa pelaksanaan relokasi penduduk DAS Karang Mumus terdiri dari beberapa tahapan yaitu tahap awal dilakukan sosialisasi oleh pemerintah Kota Samarinda kepada masyarakat yang tinggal dipinggiran sungai Karang Mumus. Sosialisasi ini bertujuan untuk melakukan negosiasi antara pemerintah Kota Samarinda dan Masyarakat untuk menyampaikan informasi pembongkaran bangunan. Sosialisasi dihadiri oleh Wakil Walikota Samarinda, Kepala Dinas Perumahan dan Pemukiman Rakyat, Lurah Kelurahan Gunung Kelua, staf-staf dari instansi terkait dan masyarakat. Sosialisasi dilaksanakan sebanyak 3 kali dan masyarakat menolak untuk direlokasi apabila pemerintah tidak memberikan ganti rugi.

Upaya kampanye yang merupakan bagian sosialisasi harus memperhatikan efektivitas komunikasi persuasif yang meliputi variabel sumber, pesan, saluran, penerima, tujuan, output. Kampanye berisikan pesan tidak hanya terkait program relokasi, bentuk lainnya seperti mengedukasi masyarakat tentang menjaga kebersihan sungai. Kampanye yang dilakukan selama ini oleh pemerintah dianggap belum menyentuh sisi sosio kulturalnya. Oleh karena itu, kepedulian para penggiat lingkungan membantu mengkomunikasikan kampanye relokasi dari sisi sosio-kultural dengan pendekatan yang menyentuh pada sisi emosional yang digunakan. Secara tidak langsung, masyarakat menjadi terbuka pemahamannya terhadap program relokasi ini. Yang dimasud relokasi disini bukan hanya memindahkan, tapi bertujuan menata ulang ruang terbuka hijau yang seharusnya dan memberikan jaminan kehidupan yang layak bagi masyarakat yang terdampak.

Seyogyanya sebelum melakukan relokasi, pemerintah bersama dengan penggiat lingkungan dan tokoh masyarakat dapat melakukan

kampanye dalam beberapa bentuk, seperti sosialisasi, penyuluhan atau program edukasi untuk masyarakat (objek) di bantaran Sungai Karang Mumus. Hal tersebut merupakan tahapan dalam Komunikasi Sosial Pembangunan untuk menuju pada tingkatan perubahan kehidupan pada masyarakatnya. Adapun sejauhmana dan bagaimana program kampanye tersebut dilakukan, dapat diketahui dari 2 (dua) narasumber kunci (*key informan*) yaitu para penggiat lingkungan yang bernaung di SeSuKaMu (Sekolah Sungai Karang Mumus) dan KOPHI (Koalisi Pemuda Hijau Kalimantan Timur).

1. Variabel Sumber

Variabel sumber merupakan variabel atau elemen yang berkaitan dengan kredibilitas, atraksi dan power yang dimiliki oleh komunikator (*source*). Prinsip umum kredibilitas komunikator menurut Liliweri (2013, 84) merupakan suatu *image* atau gambaran kita mengenai sumber atau komunikator. Seorang pendengar akan mendengarkan komunikator yang dinilai mempunyai tingkat kredibilitas tinggi, oleh karena itu dia lebih percaya pada orang itu dari pada orang lain.

Dalam penelitian ini, kedua Penggiat Lingkungan yaitu Koalisi Pemuda Hijau Indonesia (KOPHI) dan Sekolah Sungai Karang Mumus (SeSuKaMu) adalah komunikator (*souce*) dalam mengkampanyekan program relokasi Sungai Karang Mumus (SKM). Selama ini aktivitas maupun agenda yang mereka miliki bersentuhan langsung dengan warga di sekitar Sungai Karang Mumus. Kepedulian kedua penggiat ini terhadap lingkungan menjadi faktor utama untuk berinisiatif melakukan gerakan nyata yang pada akhirnya dapat mempersuasi atau mengajak masyarakat untuk menjaga lingkungan dimana mereka tinggal.

Aktivitas maupun agenda yang dilakukan kedua penggiat lingkungan ini menjadi “didengarkan” oleh masyarakat SKM karena mereka langsung turun melakukan berbagai pendekatan-pendekatan secara emosional, atau yang mereka sebut pendekatan sosio-kultural. Aktivitas yang dilakukan oleh penggiat lingkungan ini adalah dengan melakukan gerakan kebersihan yang dilakukan secara rutin dengan melibatkan masyarakat setempat. Edukasi yang dilakukan tidak lagi berupa komunikasi lisan, melainkan tindakan nyata yang dirasa lebih menyetuh masyarakat SKM. Kegiatan rutin yang dilakukan KOPHI membuat masyarakat lebih yakin dan percaya sehingga masyarakat mau mendengarkan kampanye lingkungan bersih yang dilakukan KOPHI.

Sementara itu, Sekolah Sungai Karang Mumus (SeSuKaMu) membuat sebuah kampanye yang bersifat inisiatif yang dinamakan Gerakan Memungut Sehelai Sampah (GMSS) Sungai Karang Mumus untuk melakukan edukasi dan penyadaran tentang restorasi sungai melalui penguatan budaya air. Lokasi SeSuKaMu ini berada di Muang Ilir, Kelurahan Lempake, Kota Samarinda (mongabay.co.id). Kedua penggiat lingkungan ini bersentuhan langsung, bahkan berdampingan dengan masyarakat SKM melakukan aktivitas bersama, sehingga menumbuhkan rasa kedekatan diantara mereka (masyarakat SKM dan Penggiat Lingkungan tersebut). Ketika masyarakat telah menilai dimensi *character* dan *personality* baik, maka dimensi *Trustworthiness* tercapai.

Dalam kaitannya sebagai komunikator, pemerintah Kota Samarinda seharusnya menjadi komunikator utama dan berkolaborasi dengan penggiat lingkungan dengan hubungan yang bersinergi. Permasalahan yang terjadi pendekatan pemerintah sebagai komunikator kepada masyarakat dapat dikatakan lemah dan hanya berorientasi pada hal yang teknis, pembongkaran bangunan dan pemindahan masyarakat, serta melakukan betonisasi sebagai upaya untuk memperbaiki DAS Sungai Karang Mumus.

Menurut aktivis penggiat lingkungan KOPHI, Maulana Yudistira dikemukakan pada dasarnya masyarakat yang menetap disekitar SKM tidak merasa keberatan jika harus dilakukan relokasi, namun dalam hal ini terdapat banyak pertimbangan yang membuat masyarakat cenderung lebih memilih menetap di daerah tersebut. Hal ini disebabkan pemerintah tidak memberikan solusi strategis mengenai kehidupan masyarakat pasca relokasi, bagaimana mata pencaharian masyarakat, bagaimana kehidupan sosio ekonomi jika masyarakat harus pindah.

Salah satu aspek yang mempengaruhi efektivitas sumber adalah *trustworthiness* atau keterpercayaan. Hal ini berkenaan dengan sifat-sifat yang melekat pada diri komunikator sebagai pengirim pesan. Berkenaan dengan hal ini, relokasi bukan hanya berkenaan dengan pemindahan lokasi tempat tinggal, namun relokasi juga harus memikirkan dampak yang menyeluruh dari aktivitas relokasi tersebut terhadap masyarakat setempat dan disinilah missing link yang terjadi antara pemerintah sebagai komunikator utama dengan masyarakat sebagai target audiens (komunikan). Hal ini berkenaan dengan kepercayaan masyarakat pada pemerintah sendiri. Berdasarkan pernyataan di atas, kendala yang dihadapi komunikator (pemerintah yang sudah melakukan sosialisasi)

ketika dimensi *personality* tidak dilakukan dengan tepat dan tidak berkelanjutan, maka komunikasi (masyarakat) menjadi kurang percaya, walaupun dimensi *character* baik. *Trustworthiness* ialah hal yang dapat dipercayai, merupakan penilaian komunikasi terhadap komunikator. Artinya audiens lebih mudah menerima pesan dari komunikator yang dipercayai.

Sosialisasi seharusnya dilakukan dengan dasar pendekatan interpersonal kepada masyarakat. Dalam hal ini relokasi bukan hanya berkenaan dengan “pindah tempat tinggal”, namun lebih dari itu pemerintah harus dapat memahami ketakutan yang dialami oleh masyarakat berkenaan dengan mata pencaharian, bagaimana kondisi sosial, apakah ketika tempat tinggal masyarakat tersebut pindah maka harus terpisah dengan teman-teman yang selama ini hidup bertetangga dengan mereka.

2. Variabel Pesan

Variabel pesan berkaitan tentang daya tarik pesan, gaya atau cara penyampaian, pengorganisasian pesan, panjang atau lama pesan, kejelasan pesan, repetisi. Pada daya tarik pesan mengacu pada motif-motif psikologis yang dikandung pesan, yakni : rasional-emosional, *fear appeals* (daya tarik ketakutan), dan (3) *reward appeals* (daya tarik ganjaran). Penggiat lingkungan KOPHI dan SeSuKaMu menyampaikan pesan dengan daya tarik rasional-emosional. Dimana secara rasional mereka merancang pesan yang menjelaskan informasi tentang kebersihan lingkungan sungai, termasuk pesan mencegah sungai agar tidak kotor dan air bersih. Rancangan pesan yang disampaikan mampu menggugah emosi masyarakat di sekitar Sungai Karang Mumus.

Berdasarkan pendekatan sosio-kultural yang mereka gunakan, seperti KOPHI melakukan pendekatan kepada anak-anak dengan mengajak bermain sambil menceritakan pentingnya menjaga sungai. Dalam wawancara dengan Bapak Maulana dari KOPHI menyatakan bahwa anak-anak merupakan harapannya ke depan menjadi penerus dari orang tuanya. Harapan KOPHI dengan menyampaikan pesan-pesan menjaga kebersihan sungai melalui cerita (dongeng) kepada anak-anak, anak-anak tersebut bisa menjadi “pengingat” untuk orang tua mereka sendiri.

Secara sederhana kampanye dimaknai sebagai proses mengajak atau membujuk individu kelompok agar termotivasi untuk melakukan apa

yang sudah disampaikan dimana program yang dilaksanakan bersifat berkelanjutan dan dilaksanakan oleh pihak-pihak yang menginginkan perubahan. Biasanya kampanye komunikasi persuasif tentang menjaga kebersihan sungai juga mengikuti perkembangan teknologi informasi. Melalui media sosial, radio dan aksi di lapangan (sekitar Sungai Karang Mumus). Terdapat juga bentuk pesan lain disampaikan melalui tindakan atau yang mereka sebut dengan Aksi. Aksi turun ke lapangan membuang sampah dan membersihkan sungai-sungai. KOPHI kini lebih memfokuskan pada bidang pendidikan seperti mengedukasi ke sekolah-sekolah. Bekerja sama dengan penggiat lingkungan yang lain seperti di komunitas Gerakan Memungut Sehelai Sampah (GMSS).

Kemudian berbagai pesan mendidik dan kreatif lainnya di transformasikan dengan mengikuti perkembangan teknologi informasi saat ini. Pesan disampaikan melalui beragam media sebagai salurannya. Salah satunya adalah pesan persuasif yang disampaikan di akun Facebook milik Bpk Yustinus dilengkapi dengan foto dan berbagai caption yang menggugah.

Pemaparan di atas berbanding dengan penjelasan Ibu Hj. Susie Sukmawati, sebagai Sekretaris Dinas PUPR Kota Samarinda, yang menyadari selama ini belum melibatkan Penggiat Lingkungan dalam program relokasi SKM. Mereka (Pemerintah Kota dan dinas terkait) hanya memfokuskan pada hal teknis pada program relokasi, sehingga pesan yang disampaikan kepada masyarakat bersifat kaku dan teknis.

Masyarakat sekitar SKM akhirnya berpikir secara sederhana terkait program relokasi yang disampaikan pemerintah. Masyarakat meminta penggantian (uang ganti rugi) atas program relokasi SKM. Dahulu pemerintah melakukan relokasi suatu tempat, memperhatikan penggantian biaya pemindahan dan memindahkan warga SKM ke tempat yang sudah ditetapkan. Bisa dikatakan pemberian rumah secara cuma-cuma tanpa ada biaya sewa. Pemerintah pada masa itu, membangun rumah-rumah untuk warga yang mau direlokasi, namun tetap saja belum semua mau dan bisa pindah.

3. Variabel Saluran

Pada variabel saluran berkaitan tentang penggunaan media massa maupun media luar ruang untuk memaksimalkan aktivitas kampanye komunikasi persuasif. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya pada variabel pesan, KOPHI menggunakan saluran (media) yang beragam

untuk menyampaikan pesan yang dapat mengedukasi masyarakat luas. Menurut Alo Liliweri (2013: 150), Audiens adalah majemuk, ada banyak kondisi dikalangan audiens yang berbeda, mereka ada dalam suatu area yang luas dan terpisah-pisah satu sama lain.

Berkaitan tentang kampanye komunikasi persuasif ini KOPHI membuat akun media sosial Instagram @kophikaltim yang memuat informasi baik gambar maupun tulisan larangan membuang sampah di sungai dan sebagainya. Selain itu penggunaan media elektronik sebagai saluran komunikasi adalah melalui Radio Republik Indonesia (RRI) dalam program GEN HIJAU yang ditayangkan setiap hari Sabtu jam 10.00 wita. Penggunaan media mainstream banyak digunakan karena sifatnya yang lebih mudah, jangkauan yang luas dengan *feature* yang memudahkan untuk bercerita dan berbagi. Bpk Yustinus secara aktif menyebarkan pesan persuasif mengenai isu lingkungan di Sungai Karang Mumus dengan menggunakan media facebook, dan juga Youtube. Selain itu Bpk Yustinus juga merupakan koresponden di www.mongabay.co.id yang merupakan situs berita lingkungan.

4. Variabel Penerima

Pada variabel penerima, berkaitan tentang karakteristik target audiens yaitu faktor kapasitas individu (usia, pendidikan), ciri demografi (jenis kelamin, etnis), faktor perbedaan individu (gaya hidup, kepribadian). Variabel penerima pesan tampak pada target yang dituju penggiat lingkungan KOPHI, mereka memilih anak-anak di sekitar Sungai Karang Mumus untuk dipersuasi tentang pentingnya menjaga kebersihan sungai.

Pemilihan penerima pesan (anak-anak), menyesuaikan penyampaian pesan tersebut dalam bentuk cerita-cerita yang menarik dan menghibur. Berdasarkan cerita-cerita yang didengar, diharapkan anak-anak menjadi “pengingat” bagi orang tua mereka tentang larangan membuang sampah di sungai. Tidak hanya anak-anak, orang tua (orang dewasa) sebagai penerima pesan ditunjukkan dengan berbagai aktivitas (percontohan). KOPHI dan SeSuKaMu, serta penggiat lingkungan lain memberikan contoh nyata yang mereka sebut Aksi. Turun langsung membersihkan sungai karang mumus dari sampah-sampah. Orang tua (dewasa) yang adalah warga sekitar Sungai Karang Mumus, dihadapkan pada aksi nyata para penggiat lingkungan secara sukarela membersihkan sampah di lingkungan yang mereka tinggali. Sehingga mereka (orang tua/

dewasa) menjadi segan (malu) jika mengotori atau membuang sampah di sungai. Hal tersebut seperti apa yang dikatakan Liliweri (2013:190), kalau audiensnya adalah orang dewasa yang lebih mengutamakan aspek rasional – masuk akal.

5. Variabel Tujuan

Variabel tujuan mengacu pada level tujuan kampanye yaitu untuk menginformasikan, mempersuasi, dan memobilisasi. Variabel tujuan menitikberatkan pada level tujuan apa perubahan yang diharapkan. Sangat jelas para penggiat lingkungan ini (KOPHI dan SeSuKaMu) menitikberatkan tujuan kampanye-nya pada edukasi yang mempersuasi masyarakat di Sungai Karang Mumus untuk menjadi kebersihan sungai, mencegah pencemaran sungai. Berbagai cara dan pendekatan dilakukan dalam penyampaian pesan edukasinya. Tidak hanya pada masyarakat sungai karang mumus, melainkan mengajak masyarakat luas untuk mendukung aktif gerakan maupun aktivitas positif untuk mewujudkan kebersihan sungai karang mumus untuk semua, khususnya Kota Samarinda.

KOPHI dan SeSuKaMu menginformasikan pesan lingkungan mereka melalui berbagai media informasi, seperti media sosial Instagram, radio (RRI), dan bentuk aksi nyata membersihkan sekitaran sungai karang mumus, mengajak penggiat lingkungan lain. Aksi yang dilakukan secara rutin, menciptakan kedekatan rasional emosional yang baik terhadap masyarakat sekitar. Sehingga relokasi atau istilahnya kini penataan kembali tata ruang di SKM dapat dilanjutkan secara bertahap, berkelanjutan dan berkesinambungan sejalan dengan tujuan pemerintah kota Samarinda. Pada proses penataan kembali Sungai Karang Mumus, Pemerintah Kota Samarinda dalam hal ini Dinas PUPR bersama dinas lain yang terkait seperti Dinas Lingkungan Hidup dan Dinas Permukiman Kota Samarinda.

6. Variabel Output

Variabel Output berkenaan dengan terpaan komunikasi, perhatian, kesukaan (*liking*), pengetahuan yang diperoleh, kemampuan penerimaan (*learning how*), perubahan sikap (persetujuan), daya ingat atas isi atau argumen, pencarian informasi, membuat keputusan berdasarkan informasi yang diperoleh, berperilaku menurut yang diharapkan, memperkuat tindakan tersebut, memperkuat dan menggandakan.

Kedua penggiat lingkungan ini memperhatikan dan mengamati output (hasil) dari upaya kampanye komunikasi persuasif yang selama ini mereka lakukan dalam program relokasi SKM. Pada dasarnya, ketiadaan penggiat lingkungan dalam proses sosialisasi program relokasi SKM yang dilakukan pemerintah, memberi kesadaran kelompok (komunitas penggiat lingkungan) KOPHI dan SeSuKaMu tentang rasa memiliki Sungai Karang Mumus. Pendekatan yang mereka lakukan diharapkan mendapat perhatian dari masyarakat SKM, sehingga edukasi dan aksi yang mereka upaya selama ini dapat diterima di masyarakat SKM. Hasil yang dituju (*output*) dari penggiat lingkungan (KOPHI dan SeSuKaMu) adalah perubahan sikap masyarakat sekitar SKM khususnya, untuk bersama-sama menjaga kebersihan sungai seperti tidak membuang sampah maupun limbah industri dan rumah tangga ke sungai.

Komunikasi Lingkungan Dalam Kampanye Relokasi Sungai

Menurut Robert Cox (2010), komunikator utama dalam komunikasi lingkungan adalah pemerintah dan organisasi non pemerintah yang punya komitmen terhadap pengelolaan lingkungan. Namun, berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti kepada pemerintah, dalam hal ini Dinas Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) dan Penggiat lingkungan (organisasi non pemerintah) tidak saling berkomunikasi, komitmen dan bekerja sama dalam mengkampanyekan atau sosialisasi tentang pentingnya pengelolaan lingkungan, khususnya pada program relokasi warga SKM. Hal ini terlihat dari aktivitas yang mereka lakukan berjalan masing-masing tanpa kolaborasi atau komitmen bersama.

Seperti yang dikatakan dalam Wiryono (1998), pada dasarnya komunikasi lingkungan untuk menumbuhkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam mengelola lingkungan termasuk relokasi sungai polanya bersifat dialogis yang lebih banyak terjadi pada komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok.

Komunikasi Pembangunan Dalam Kampanye Relokasi

Berdasarkan sudut pandang komunikasi pembangunan dapat di rumuskan sebagai: “proses interaksi seluruh warga masyarakat (yang meliputi : aparat pemerintah, penyuluh, tokoh-tokoh masyarakat, LSM, dan segenap anggota masyarakat secara individual atau yang tergabung dalam kelompok (organisasi sosial) untuk tumbuhnya kesadaran dan menggerakkan partisipasi mereka di dalam proses perubahan terencana

demi tercapainya kesadaran akan pentingnya merelokasi sungai karang mumus untuk mengembalikan fungsi utama sungai karang mumus terhadap masyarakat Samarinda, dengan menggunakan teknologi atau menerapkan ide-ide yang sudah terpilih.

Dalam proses komunikasi pembangunan, pemerintah belum maksimal materi yang terdiri dari materi ide, gagasan, inovasi pembangunan yang dapat segera di implementasikan pada program relokasi sungai karang mumus. Walaupun terdapat sebuah program Dinas Lingkungan Kota Samarinda tentang Sampah Apung. Gagasan mengenai pengelolaan sampah apung merupakan gagasan yang baik, namun hal tersebut belum dapat disosialisasikan secara maksimal karena minimnya sarana dan prasarana. Bisa jadi masyarakat pada suatu kondisi tertentu sadar untuk tidak membuang sampah pada yang bukan tempatnya, tapi karena jauh dan minimnya fasilitas menyebabkan mereka tidak melakukan hal yang seharusnya.

Gagasan atau ide yang inovatif dari penggiat lingkungan hidup, memiliki materi yang perlu didukung oleh pemerintah. Dalam hal ini perlu adanya komunikasi, kerja sama yang baik, komitmen yang berkesinambunga antara pemerintah dan penggiat lingkungan dalam proses pembangunan dalam melaksanakan suatu program demi pembangunan. Dalam penelitian ini, terdapat beberapa faktor penghambat kampanye komunikasi persuasif pada program relokasi sungai karang mumus:

1. Perubahan administratif kedinasan PUPR beberapa kali, yang menyebabkan tugas, pokok dan fungsinya secara otomatis mempengaruhi program-program kerja yang telah disusun.
2. Kurangnya komunikasi antara pemerintah dan warga SKM, sehingga tidak adanya pemahaman yang sama tentang maksud dan tujuan relokasi
3. Pendekatan teknis yang dilakukan pemerintah, tanpa mempertimbangkan pendekatan sosio kultural secara rasional-emosional
4. Belum adanya komitmen bersama antara penggiat lingkungan dan pemerintah dalam pengelolaan lingkungan SKM

Adapun faktor pendukung dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Adanya kepedulian dari para penggiat lingkungan dan pemerintah terhadap pengelolaan lingkungan
2. Media massa dan media sosial memiliki peranan penting dalam

mengedukasi masyarakat saat ini tentang menjaga kebersihan lingkungan sungai (SKM).

Penutup

Berdasarkan hasil temuan, analisis dan pembahasan Kampanye Komunikasi Persuasif dalam Program Relokasi Sungai Karang Mumus dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : pertama, Penggiat Lingkungan dan Pemerintah sebagai komunikator utama dalam program relokasi kurang maksimal dalam pengelolaan lingkungan SKM. Pergerakan ide dan aktivitas keduanya berjalan masing-masing, belum adanya komitmen bersama mengenai program relokasi SKM; Kedua, dalam proses komunikasi persuasif, penggiat lingkungan (KOPHI dan SeSuKaMu) menggunakan teknik integrasi. KOPHI dan SeSuKaMu sebagai komunikator berusaha menyatukan diri dengan masyarakat disekitar SKM. Melakukan komunikasi dengan penyampaian pesan dalam bentuk beragam, salah satunya dengan bercerita atau dongeng tentang pentingnya menjaga kebersihan sungai kepada anak-anak yang tinggal di SKM. Anak-anak dianggap mereka sebagai agen sosialisasi yang tepat untuk kampanye persuasif. Ketiga, Pemerintah dalam hal ini, Dinas PUPR kurang memperhatikan pendekatan secara sosio-kultural kepada masyarakat SKM. Pendekatan rasional-emosional kepada masyarakat Sungai Karang Mumus penting dilakukan secara berkelanjutan, melalui berbagai aktivitas dan kegiatan, salah satunya dialog-dialog dengan masyarakat SKM.

Berdasarkan simpulan tersebut, peneliti dapat memberi saran kepada Pemerintah dalam hal ini, Dinas PUPR, Dinas Lingkungan Hidup, Dinas Pemukiman dan Kependudukan serta jajaran terkait perlu memahami relevansi antara pola komunikasi yang dipakai dengan kondisi sosial, budaya dan psikologis masyarakat yang akan direlokasi. Kemudian mengingat pentingnya menjalin komunikasi dengan penggiat lingkungan untuk membuat komitmen bersama terhadap suatu program pembangunan yang berdampak luas untuk masyarakat. Pemerintah harus berkolaborasi dengan penggiat lingkungan untuk menggerakkan aktivitas kampanye lingkungan di Sungai Karang Mumus. Hal yang harus dilakukan adalah membuat *mapping* terhadap kondisi sosial-kultural masyarakat di sekitar Sungai Karang Mumus. Buat analisis kompetitif tentang hal tersebut, kaitkan persepsi dan ekspektasi masyarakat

setempat. Pemerintah harus lebih terbuka terhadap saran-saran dari berbagai pihak, contohnya penggiat lingkungan, karena saran-saran tersebut sebagai *problem solution* dari masalah Sungai Karang Mumus.

Daftar Pustaka

Buku

- Antar, Venus. 2004. Manajemen kampanye: panduan teoritis dan praktis dalam mengefektifkan kampanye komunikasi. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Cox, Robert. 2010. *Environmental communication and the public sphere*. Second Edition. United States of America: SAGE Publications, Inc.
- Liliweri, Alo. (2013). Dasar-Dasar Komunikasi Kesehatan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rogers, E. M., & Storey J. D. 1987. Communication Campaign. Dalam C. R. Berger & S.H. Chaffe (Eds.), *Handbook of Communication Science*, Newbury Park; Sage.
- Wiryo, 1998, Pengantar Ilmu Lingkungan, Bengkulu, Pustaka Media

Jurnal

- Cesarin, Binar T. dan Ginting, Chorina. 2015. Persepsi Masyarakat Terhadap Permukiman Bantaran Sungai. Prosiding Temu Ilmiah IPLBI
- Dirahman, Chatur Ganesha. 2017. Teknik Komunikasi Pada Program Relokasi di Gunung Kelua Samarinda. E-Journal, Ilmu Komunikasi, Fisip, Universitas Mulawarman.
- Mayasari, Dewi, Aji Ratna Kusuma, dan Syahrani. 2014. Persepsi Masyarakat Terhadap Kebijakan Relokasi Penduduk Bantaran Sungai Karang Mumus Kalimantan Timur (Studi Kasus: Kebijakan Relokasi Penduduk Bantaran Sungai Karang Mumus). E-Journal, Administrasi Negara, Fisip, Universitas Mulawarman.
- Sepriyansyah, Mustianto, 2014, Relokasi Pemukiman Penduduk Bantaran Sungai Karang Mumus di Kota Samarinda, E-Journal Ilmu Pemerintahan, Fisip, Universitas Mulawarman.
- Zairullah. 2016. Implementasi Peraturan Pemerintah No.37 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan Daerah Aliran Sungai di Sungai Karang Mumus Kota Samarinda, E-Journal, Fisip, Universitas Mulawarman

Sumber Internet

Rahmadi, Deva Kurniawan. 2009. Permukiman Bantaran Sungai: Pendekatan Penataan Kawasan Tepi Air. Online Buletin Tata RuangEdisi September-Oktober2009.Diakses 10 Oktober 2018, Pukul 20.00 WITA.

<https://kaltim.tribunnews.com/2017/05/14/secercah-asa-dalam-penyelamatan-sungai-karang-mumus>, Diakses pada 10 Oktober 2018, Pukul 20.00 Wita

<http://bappeda.samarindakota.go.id>, Diakses pada 10 Oktober 2018, Pukul 20.00 Wita

Peran Komunikasi Pembangunan Media Massa dalam Proses Mitigasi Bencana di Indonesia

**Ade Putranto Prasetyo Wijiharto Tunggal, Erwin Rasyid
dan Wuri Rahmawati**

Program Studi Komunikasi Universitas Aisyiyah' Yogyakarta

*Email : ade.putra.tunggal@unisayogya.ac.id, erwin.rasyid@unisa.ac.id,
wurirahma_w@unisayogya.ac.id*

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang memiliki letak geografis berada pada lingkaran cincin api dunia (*ring of fire*). Dampak geologis tersebut kemudian mengakibatkan Indonesia menjadi negara yang rawan terhadap bencana. Letusan gunung berapi, gempa bumi, hingga tsunami adalah beberapa bencana alam yang pernah menimpa negara ini. Hal tersebut tentu mengakibatkan kerugian yang cukup banyak bagi Indonesia baik materil maupun jiwa.

Badan Nasional Penganggulangan Bencana (BNPB) mengungkapkan bahwa pada tahun 2014 sebagian besar bencana yang terjadi di Indonesia didominasi oleh bencana hidrometeorologi dengan kisaran angka 90,5%. Pulau Jawa menjadi wilayah yang paling sering ditimpa bencana dengan angka persentase 62% kemudian disusul Sumatera dengan angka 21,2%. Hal tersebut diakibatkan oleh posisi kedua pulau tersebut yang berada tepat pada titik pertemuan empat lempeng tektonik.

Peristiwa erupsi Gunung Merapi yang terjadi pada tahun 2010 merupakan salah satu contoh peristiwa bencana yang banyak mengundang perhatian masyarakat. Tidak hanya dari banyaknya korban jiwa dan kerugian materil yang ditimbulkan oleh peristiwa tersebut, melainkan karena pemberitaan media massa yang begitu masif dalam memberitakan peristiwa erupsi Gunung Merapi.

Mbah Marijan sosok yang menjadi sorotan utama pada saat peristiwa erupsi Gunung Merapi tahun 2010. Karena pada saat itu Mbah Marijan menolak dievakuasi oleh Tim SAR sehingga mengakibatkan dia menjadi salah satu korban jiwa dalam peristiwa tersebut. Media massa kemudian mulai masif dalam memberitakan kematian Mbah Marijan.

Dibandingkan membangun narasi optimisme korban, kematian Mbah Marijan justru menjadi narasi utama dalam setiap pemberitaan media baik cetak maupun elektronik. Mulai dari berbagai macam mitos hingga hal mistik dibalik kematian Mbah Marijan menjadi sajian utama pemberitaan media pada saat itu.

Beberapa media massa baik cetak maupun elektronik saat itu juga menerbitkan beberapa berita yang justru semakin menimbulkan keresahan masyarakat yang menjadi korban erupsi Gunung Merapi. Misalnya, beberapa media cetak lokal saat itu banyak memberitakan terkait dengan maraknya aksi penjarahan yang terjadi di lokasi bencana. Hal ini tentu menimbulkan keresahan sehingga masyarakat melayangkan protes keras terhadap beberapa media yang menerbitkan berita tersebut.

Selain peristiwa erupsi Gunung Merapi, beberapa peristiwa bencana lainnya juga banyak menimbulkan keprihatinan khususnya pemberitaan media yang dianggap tidak memiliki sensitifitas terhadap bencana. Pada tahun 2006 misalnya, pasca terjadinya gempa dahsyat yang berkekuatan 6,2 skala richter di Bantul, beredar kabar *hoax* yang mengatakan bahwa akan terjadi Tsunami. Hal tentu menimbulkan kepanikan yang luar biasa di masyarakat.

Jurnalis yang meliput di lokasi bencana cenderung tidak memiliki sensitifitas terhadap korban bencana. Hal tersebut dibuktikan dari beberapa tayangan live di stasiun televisi yang menampilkan adegan wawancara dengan korban. Beberapa jurnalis cenderung mengajukan pertanyaan yang justru menimbulkan dampak psikologis terhadap korban. Misalnya pertanyaan yang terkait dengan perasaan, kesedihan dan beberapa pertanyaan yang menimbulkan pesimisme korban dalam menghadapi bencana.

Peristiwa bencana merupakan momen bagi para wartawan untuk mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya untuk dijadikan berita. Terlebih lagi kandungan nilai berita pada setiap peristiwa bencana sangat tinggi. Hal ini yang kemudian mendorong tingginya antusiasme dari media massa untuk meliput setiap peristiwa bencana. Namun liputan yang dihasilkan lebih banyak mengarah pada pemberitaan traumatik dan dramatik.

Peristiwa bencana hanya menjadi komoditas bagi media massa untuk menarik perhatian khalayak. Perasaan trauma dan kesedihan yang dialami oleh korban bencana menjadi sorotan utama dalam pemberitaan

media massa. M.E Mc.Combs dan D.L.Shaw dalam “Public Opinion Quarterly” terbitan tahun 1972 yang berjudul “The Agenda-Setting Function of Mass Media”, mengatakan bahwa jika media memberikan tekanan kepada suatu peristiwa, maka media itu akan mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting (Effendi, 1993:287).

Kondisi di atas menunjukkan bagaimana gagapnya media massa yang ada di Indonesia dalam menghadapi situasi bencana. Protes yang dilayangkan oleh masyarakat merupakan salah satu bukti mengenai kegagalan media massa dalam membangun jurnalisme yang sensitif terhadap bencana. Melihat kondisi ini, tentu menjadi hal yang penting bagi media massa untuk membangun suatu ideologi yang juga dapat berpihak kepada khalayaknya.

Jepang merupakan salah satu negara yang juga sering ditimpa bencana seperti Indonesia. Pada tahun 2011, Jepang dilanda gempa dengan kekuatan 9.0 SR yang mengakibatkan terjadinya bencana Tsunami. Peristiwa tersebut menewaskan sedikitnya 15.269 jiwa, 5.363 mengalami luka dan 8.526 hilang di enam wilayah prefektur. Namun pada saat itu, nyaris tidak ditemui adanya media massa yang menyiarkan mayat korban bencana. Adegan wawancara yang “mengulik” luka dan penderitaan korban pun tidak ditemui baik di media cetak maupun elektronik.

Berbeda dengan Jepang, media-media yang ada di Indonesia justru lebih banyak menyiarkan berita yang jauh dari *framing* optimisme untuk bangkit dari bencana. Komodifikasi bencana masih sering dijumpai dalam setiap liputan berita peristiwa bencana. Padahal Indonesia telah memiliki Kode Etik Jurnalistik (KEJ) sebagai pedoman bagi jurnalis dalam melakukan aktifitas peliputan berita.

Seperti yang dijelaskan oleh Lasswell (Roem, 2013) bahwa tiga fungsi utama media massa dalam masyarakat yaitu, (1) pengawas lingkungan (*surveillance of environment*), (2) korelasi antarbagian-bagian dalam masyarakat untuk memberi reaksi terhadap lingkungan (*correlation of the parts of society in responding to the environment* dan (3) transmisi warisan sosial budaya, yang dilakukan secara berkesinambungan yang berhubungan dengan penyampaian informasi dari generasi ke generasi berikutnya (*transmission of the social heritage of generation to the next*).

Sebagai salah satu dari empat pilar demokrasi, media massa tentu seharusnya dapat bekerja secara profesional dan penuh tanggung jawab.

Dalam pasal 1 KEJ telah dijelaskan bahwa Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk. Selain itu, jurnalis juga seharusnya bekerja dengan profesional dengan menghormati hak narasumbernya sebagaimana yang telah dijelaskan dalam pasal 2 KEJ ayat 6 yaitu menghormati pengalaman traumatis narasumber dalam penyajian gambar, foto dan suara.

Undang Undang No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran pasal 36 juga telah mengatur mengenai larangan isi siaran yang bersifat fitnah, menghasut, menyesatkan dan bohong. Hal ini juga didukung oleh adanya peraturan mengenai Standar Program Siaran (SPS) yang menyebutkan bahwa program siaran dan peliputan bencana alam atau musibah wajib memperhitungkan proses pemulihan para korban dan masyarakat korban bencana. Beberapa regulasi yang telah disebutkan sebelumnya telah mengatur dengan jelas bagaimana seharusnya media massa memposisikan diri dalam setiap peristiwa bencana.

Berkaitan dengan bencana, komunikasi dapat berfungsi sebagai radar sosial yang memberi pesan kepada pihak lain mengenai adanya bencana di suatu tempat (Andy, 2013: 356). Maka secara praktisnya komunikasi bencana dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan informasi bencana yang bertujuan untuk menyiapkan kesiapsiagaan dan segala keperluan dalam menghadapi peristiwa bencana.

Regulasi yang berlaku di Indonesia secara jelas telah mengatur bagaimana seharusnya media massa berperan ketika terjadi bencana. Peran media massa dalam proses komunikasi pembangunan pasca bencana adalah untuk memberikan efek positif kepada masyarakat khususnya yang menjadi korban bencana. Karena media tidak hanya berperan sebagai corong informasi bagi masyarakat untuk memperoleh liputan terkait dengan peristiwa bencana. Namun, media juga harusnya menjalankan fungsi edukasi dalam mendorong korban bencana untuk segera bangkit dan melupakan trauma yang mereka rasakan. Jurnalisme bencana tidak hanya sekedar memproduksi dan menyiarkan berita-berita bencana. Tetapi sensitifitas terhadap bencana juga perlu menjadi wacana bagi media massa untuk meningkatkan kepekaan mereka dalam meliput setiap peristiwa bencana.

Seperti yang diungkapkan oleh Wilbur Schraam (Depari dan MacAndrews, 2006) bahwa peran media massa dalam pembangunan nasional adalah sebagai agen pembaru (*agent of social change*). Peran

inilah yang kemudian penulis berusaha paparkan dalam *paper* ini yaitu untuk mendeskripsikan mengenai peran komunikasi pembangunan media massa dalam proses mitigasi bencana di Indonesia.

Pembahasan

Komunikasi massa merupakan proses pengorganisasian media untuk menciptakan dan menyebarkan pesan kepada masyarakat luas dan proses pesan tersebut dicari, digunakan, dipahami dan dipengaruhi oleh audiens (Littlejohn, 2014). Media massa merupakan alat yang cukup efektif untuk digunakan dalam proses komunikasi bencana. Media massa mampu menjangkau khalayak luas sehingga informasi dapat tersampaikan lebih cepat dan akurat. Media massa juga memiliki kemampuan untuk mempengaruhi khalayaknya. Dalam konteks bencana, media sebagai penyedia informasi mestinya memainkan peranan penting dalam peristiwa bencana. Pertama, dapat memberitakan situasi apa yang sedang terjadi dan memberikan panduan, khususnya pencegahan korban. Kedua, memberikan edukasi, khususnya pada aspek mitigasi. Ketiga, memobilisasi bantuan terutama untuk aspek relawan maupun bantuan kepada korban di lapangan (Budi, 2011:6).

Secara normatif, proses peliputan dan penayangan peristiwa bencana oleh media massa telah diatur secara regulatif dalam UU No.32 tahun tentang Penyiaran, Pedoman Perilaku dan Standar Program Siaran (P3SPS) yang dibuat oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) pada tahun 2009, dan KEJ yang menjadi standar moral bagi para jurnalis. Media massa merupakan salah satu instrumen penting yang dapat digunakan dalam proses mitigasi bencana. Karakteristik yang dimiliki oleh media massa mampu membuat proses penyampaian informasi yang terkait dengan bencana menjadi lebih cepat dan akurat. Keunggulan inilah yang seharusnya dapat dimanfaatkan dengan maksimal agar proses komunikasi pembangunan pasca bencana di Indonesia dapat berjalan dengan efektif.

Media massa sebagai saluran komunikasi dapat digunakan sebagai sistem manajemen bencana untuk mengurangi dampak resiko bencana. Penyebaran informasi bencana melalui media massa memiliki pengaruh yang cukup kuat dibandingkan dengan metode komunikasi langsung kepada masyarakat. Proses penyampaian informasi juga akan lebih efisien karena dalam satu siaran media massa mampu menjangkau khalayak yang banyak.

Oleh karena itulah perlu ada sistem pengolahan informasi bencana oleh media massa agar pesan yang mereka sampaikan dapat berdampak positif kepada masyarakat. Media massa sebagai salah satu dari empat pilar demokrasi memiliki peran dalam proses pembangunan nasional. Hal ini berlaku pula ketika terjadi bencana yang mengakibatkan kerusakan yang cukup parah. Media memiliki peran untuk membantu proses-proses yang berkaitan dengan sistem manajemen bencana seperti menjadi saluran komunikasi bencana, berperan serta dalam proses mitigasi bencana serta membantu proses rehabilitasi korban bencana. Dua peran yang dapat dilakukan oleh media massa dalam proses komunikasi pembangunan mitigasi bencana adalah sebagai berikut:

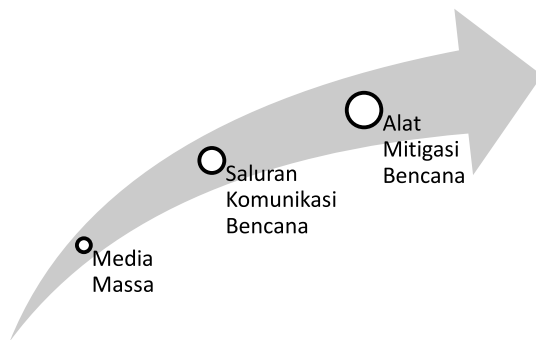


Figure 1. Komunikasi Pembangunan Media Massa dalam Proses Mitigasi Bencana

Komunikasi bencana memiliki pengaruh yang cukup signifikan dalam setiap peristiwa bencana mulai dari pra hingga pasca bencana. Budi (2012) mengungkapkan bahwa, pada tahap kejadian bencana, keempat aspek; komunikasi, informasi, kerjasama dan koordinasi merupakan kunci sukses penanganan bencana, terutama untuk penanganan korban dan menghindari resiko lebih lanjut. Pada tahap setelah bencana rekonstruksi dan pemulihan pasca situasi bencana adalah tahap penting untuk membangun kembali korban bencana dan memastikan untuk mengurangi resiko apabila terjadi peristiwa serupa dikemudian hari. Dan yang sangat penting adalah mitigasi, dalam tahapan ini, seluruh potensi komunikasi menjadi penting untuk memastikan pencegahan dan pengurangan resiko, yang tentu pendekatan yang tepat adalah komprehensif, sistemik dan terintegrasi antar lembaga, komponen maupun stakeholder yang ada.

Proses penyampaian komunikasi bencana kepada masyarakat juga dipengaruhi oleh sistem nilai yang dianut oleh masyarakat. Mulyana (dalam Budinanto dan Dewi, 2013) mengungkapkan bahwa penyebaran informasi kepada masyarakat Indonesia haruslah memperhatikan nilai-nilai (kepercayaan, agama, norma, dsb) yang hidup dalam masyarakat tersebut. Informasi yang diyakini akan memajukan masyarakat berdasarkan bukti-bukti ilmiah sekalipun harus mempertimbangkan hal ini. Maka hal tersebut perlu menjadi perhatian serius bagi stakeholder yang terkait untuk dapat memaksimalkan efektifitas penyampaian informasi dalam proses komunikasi bencana khususnya dalam proses mitigasi.

Keterlibatan stakeholder seperti BNPB, media, dan berbagai elemen masyarakat sangat dibutuhkan dalam proses penyampaian informasi bencana. Pendekatan system menjadi kunci penting dalam manajemen bencana, dan aspek komunikasi bencana menjadi hal yang juga signifikan, terutama untuk aspek edukasi, komunikasi informasi selama peristiwa bencana dan pemulihan bencana (Budi, 2012).

Menurut UU No.24 tahun 2007, Mitigasi adalah serangkaian upaya untuk mengurangi risiko bencana, baik melalui pembangunan fisik maupun penyadaran dan peningkatan kemampuan menghadapi ancaman bencana. Mitigasi bencana dilakukan sebagai upaya untuk mengurangi resiko dampak bencana bagi masyarakat yang berada di daerah rawan bencana maupun yang sedang dilanda bencana. Kegiatan mitigasi seperti yang tertera dalam UU No. 24 tahun 2007 tentang bencana meliputi; Pelaksanaan penataan ruang pengaturan pembangunan, pembangunan infrastruktur, dan tata bangunan serta penyelenggaraan pendidikan, penyuluhan, dan pelatihan baik secara konvensional maupun modern.

Mitigasi bencana juga berfungsi sebagai bentuk kesiapsiagaan dan peringatan dini bagi masyarakat dalam menghadapi bencana. Proses mitigasi tidak hanya dilakukan pada saat terjadinya peristiwa bencana, namun turut pula dilaksanakan pada proses edukasi dalam rencana penanggulangan pra hingga pasca bencana. Media massa juga merupakan salah satu bentuk dari perangkat yang dapat mendukung proses mitigasi bencana. Karena informasi bencana yang disampaikan oleh media massa dapat menjangkau khalayak secara langsung.

Media Massa sebagai Saluran Komunikasi Bencana

McLuhan (Morissan, 2015) mengungkapkan bahwa “*medium*

is the messages” atau medium adalah pesan. Makna dari kalimat tersebut adalah media sebagai saluran komunikasi memiliki kekuatan untuk mempengaruhi masyarakat. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa media massa dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk menyampaikan informasi yang terkait dengan bencana. Media massa sebagai saluran komunikasi memiliki kemampuan untuk mempersuasi dan mempengaruhi masyarakat.

Dalam konteks bencana, salah satu sumber informasi utama yang menjadi rujukan masyarakat adalah media massa. Terlebih dalam keadaan darurat bencana, teknologi komunikasi seperti telepon dan internet serta pembangkit listrik sebagai sumber energi biasanya mengalami gangguan yang cukup signifikan. Sehingga salah satu alat komunikasi yang dapat dimanfaatkan dalam kondisi tersebut adalah media massa seperti radio.

Pada tahun 2006 ketika terjadi gempa di Bantul, masyarakat yang menjadi korban bencana memanfaatkan radio sebagai salah satu alat untuk memperoleh informasi terkait kondisi terkini yang sedang terjadi. Kemudian masyarakat di lereng Gunung Merapi juga memanfaatkan radio komunitas sebagai alat berkomunikasi ketika sedang memantau kondisi dan aktifitas Gunung Merapi.

Beberapa contoh di atas menunjukkan bahwa media massa sejatinya dapat dimanfaatkan sebagai saluran komunikasi bencana baik pra hingga pasca bencana. Informasi bencana yang disebarkan oleh media massa tidak hanya dapat digunakan oleh korban bencana, namun masyarakat serta stakeholder yang terkait seperti Pemerintah dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) juga dapat memanfaatkan informasi tersebut. Peristiwa Gempa Bantul dan Erupsi Gunung Merapi merupakan salah satu contoh ketika bagaimana media massa pada saat itu mengadakan dan mengumpulkan donasi dari masyarakat untuk disalurkan kepada korban bencana.

Media Televisi dan Radio memiliki gerak yang lebih cepat ketika terjadi bencana. Karena informasi yang terkait dengan bencana memiliki nilai berita yang sangat tinggi. Hasil liputan jurnalis di lokasi bencana tidak hanya dapat dijadikan sebagai sumber berita, namun segala informasi yang mereka dapatkan dapat pula digunakan untuk keperluan evakuasi, mendata jumlah korban dan lain sebagainya.

Ketika bencana, terjadi kecenderungan penyebaran informasi yang simpang siur di masyarakat. Dalam kondisi kepanikan tersebut,

informasi *hoax* yang menyebar tentu akan semakin mempengaruhi mental dan kondisi psikologis masyarakat yang menjadi korban bencana. Di saat seperti inilah media massa memainkan perannya sebagai saluran komunikasi bencana. Informasi yang disebarkan oleh media massa akan lebih akurat ketimbang informasi yang beredar secara liar ditengah masyarakat. Karena dalam setiap peliputan, jurnalis menerapkan prinsip verifikasi untuk memastikan apakah informasi yang mereka dapatkan akurat atau tidak.

Pada saat pasca bencana, media massa juga mampu untuk memberikan informasi terkait dengan berapa jumlah korban serta kebutuhan apa saja yang dibutuhkan oleh korban. Media massa mampu untuk mempengaruhi khalayanya agar mau bersimpati dan berempati kepada korban bencana. Rasa simpati dan empati khalayak tersebut kemudian akan menghasilkan pengumpulan donasi yang selanjutnya disalurkan kepada korban bencana. Hal ini tentu akan semakin mengurangi penderitaan korban yang sedang tertimpa bencana. Selain itu, rasa solidaritas yang timbul dimasyarakat juga akan melahirkan rasa persatuan yang sangat kuat di antara sesama warga masyarakat.

Jurnalisme sensitif bencana merupakan konsep yang dibutuhkan dalam proses komunikasi bencana oleh media massa. Jurnalisme bencana adalah genre baru jurnalistik yang sangat penting bagi media-media di Indonesia. Pertama, secara geologis maupun sosiologis Indonesia adalah negeri rentan bencana. Kedua, media massa melalui (dan pasti) akan memberitakan setiap peristiwa bencana yang terjadi, bahkan menjadi *headline* ataupun mengisi waktu-waktu *prime time*. Ketiga, masyarakat menggantungkan pengetahuannya tentang bencana kepada informasi yang disajikan media massa. Keempat, bencana selalu diikuti ketidakpastian dan kesimpangsiuran informasi, yang seringkali menyesatkan, karena itu media massa menjadi tumpuan utama untuk menyajikan informasi yang akurat. Muzayin, 2007:149).

Media Massa sebagai Alat Mitigasi Bencana

Mitigasi merupakan suatu sistem kebencanaan yang meliputi proses identifikasi hingga pengambilan keputusan untuk mengurangi resiko dampak bencana. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa media massa memiliki fungsi sebagai saluran komunikasi bencana. Fungsi juga akan mendukung peran media massa dalam proses mitigasi bencana.

Peran dan pengaruh yang diberikan oleh media massa dalam proses

mitigasi bencana yaitu sebagai alat edukasi bencana kepada masyarakat. Edukasi yang dapat diberikan berupa tayangan iklan maupun program-program yang berisi konten mengenai bagaimana cara pencegahan dan menghadapi bencana. Kemampuan media massa sebagai saluran komunikasi bencana seharusnya dapat dimanfaatkan dengan baik oleh stakeholder yang terkait baik sebelum hingga pasca terjadinya bencana.

Wilbur Schramm (Depari dan MacAndrews, 2006) mengungkapkan bahwa peranan utama yang dapat dilakukan media massa dalam pembangunan adalah membantu memperkenalkan perubahan sosial. Peranan ini dapat pula diterapkan dalam proses pembangunan pasca bencana yang ada di Indonesia. Media massa dalam hal ini memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam mempengaruhi masyarakat. Ada tiga efek komunikasi (massa), yaitu bersifat kognitif, afektif dan konatif. Efek kognitif meliputi peningkatan kesadaran, belajar dan tambahan pengetahuan. Efek afektif berhubungan dengan emosi, perasaan dan sikap. Sedangkan efek konatif berhubungan dengan perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu meneurut cara tertentu (Harun dan Ardianto, 2011).

Goran Hedeboroh (Dilla, 2012) mengatakan bahwa media adalah pembentuk kesadaran sosial yang pada akhirnya membentuk persepsi orang terhadap dunia dan masyarakat tempat hidup mereka. Dalam konteks bencana, media memiliki kemampuan untuk merekonstruksi keyakinan korban terhadap realitas sosial yang mereka hadapi dalam peristiwa bencana. Keyakinan inilah yang kemudian yang dijadikan sebagai satu pedoman dasar untuk membangun kembali suatu wilayah yang dilanda bencana. Seperti yang diungkapkan oleh Haddow dan Haddow (Budi, 2012) bahwa media memiliki peran penting dalam peristiwa bencana, dalam arti positif bisa mengedukasi masyarakat dan membantu mengurangi resiko dan membangun spirit korban, sebaliknya tidak menjadikan bencana sebagai komoditas berita semata.

Media massa secara garis besar dapat berperan dalam proses mitigasi, menyiapkan kesiapsiagaan, membentuk respon tanggap darurat dan membantu masyarakat dalam mengembalikan kondisi seperti semula. Peran ini merupakan bentuk manajemen bencana yang melibatkan media sebagai satu instrumen penting di dalamnya. Tayangan dan pemberitaan yang dibuat oleh media massa baik cetak maupun elektronik mampu mendukung proses manajemen bencana, misalnya dengan memberikan edukasi kepada masyarakat terkait dengan tata cara dan jalur evakuasi korban pada saat terjadi bencana.

Media massa juga dapat berkontribusi dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat untuk lebih memahami bencana. Namun eksplotasi berita bencana secara berlebihan juga dapat menimbulkan dampak negatif, seperti timbulnya kepanikan dan rasa takut. Oleh karena itulah, penting bagi media massa untuk menerapkan prinsip jurnalisme sensitif bencana dalam proses peliputan bencana. Hal ini dilakukan agar liputan atau tayangan mereka hasilkan tidak berdampak negatif terhadap masyarakat.

Setelah terjadi bencana, media massa memiliki peran untuk mengawasi proses pemulihan mulai dari perbaikan infrastruktur, penyaluran bantuan hingga memotivasi korban bencana agar segera bangkit dari keterpurukan. Fungsi pengawasan tersebut bertujuan untuk menghindari adanya indikasi penyelewangan dana bantuan korban bencana. Sehingga donasi yang terkumpul baik dari masyarakat maupun pemerintah dapat tersalurkan dengan baik.

Penutup

Kehadiran media massa dalam setiap peristiwa bencana sejatinya tidak hanya sekedar melakukan peliputan dan menayangkan berita bencana. Namun perlu ada gagasan untuk melibatkan media sebagai satu instrumen penting dalam sistem penanganan bencana. Karena media juga mampu untuk berperan aktif dalam mendukung proses komunikasi pembangunan pasca bencana dengan menjadi saluran komunikasi serta alat mitigasi bencana. Fungsi-fungsi ini tentu akan semakin memudahkan pemerintah dalam menangani setiap peristiwa bencana. Selain itu, masyarakat sebagai khalayak media.

Salah satu prinsip penting yang perlu ditingkatkan dalam mendukung peran media massa dalam proses komunikasi pembangunan pasca bencana adalah penerapan prinsip jurnalisme sensitif bencana. Karena dengan prinsip ini, media tidak lagi hanya sekedar menjadikan bencana sebagai komoditas bernilai berita yang bertujuan untuk meningkatkan *rating*. Namun media dapat pula mewujudkan satu konsep ideal mengenai bagaimana seharusnya media massa berperan dalam mendukung proses pembangunan.

Daftar Pustaka

Budi, Setio HH. 2011. *Pentingnya Komunikasi Bencana*. dalam Junaedi, Fajar; Puspita, Adi; Oktaviana, Risa, ed. *Sensasi Vulgar Komunikasi Bencana*. Sogyakarta, Lingkar Media.

- Budi. HH. Setio. 2012. *Komunikasi Bencana: Aspek Sistem (Koordinasi, Informasi dan Kerjasama)*. Jurnal Komunikasi, Volume 1, Nomor 4, Januari 2012. Hlm. 363-372.
- Depari, Eduard dan Colin MacAndrews. 2006. *Peranan Komunikasi Massa dalam Pembangunan; Suatu Kumpulan Karangan*. Yogyakarta: Gajah Mada Press.
- Dilla, Sumadi. 2012. *Komunikasi Pembangunan; Pendekatan Terpadu*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Effendi, Onong, Uchajana. 1993. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT.Citra Aditya Bakti.
- Harun, Rochajat dan Elvinaro Ardianto. 2012. *Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial; Persepektif Teoritis, Kaji Ulang dan Teori Kritis*. Jakarta: Rajawali Press.
- Littlejohn, W. Stephen dan Karen A. Foss. 2014. *Teori Komunikasi; Theory of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Rosda Karya.
- Morissan. *Teori Komunikasi: Individu hingga Massa*. Jakarta: Kencana
- Nazaruddin, Muzayin. 2007. *Jurnalisme Bencana: Sebuah Tinjauan Etis*. Jurnal Komunikasi. Volume 1, Nomor 2, April 2007. Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta
- Roem, Elva Ronaning dkk. 2013. *Media dan Komunikasi Lingkungan*. Yogyakarta: Buku Litera
- Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2007 Tentang Penanggulangan Bencana.

Komunikasi Mitigasi Bencana Sebagai Kewaspadaan Masyarakat Menghadapi Bencana

Dewi Kurniawati

Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sumatera Utara

Email : dewi.kurniawati@usu.ac.id

Pendahuluan

Indonesia adalah negara rawan bencana. Berbagai bencana selalu melanda setiap tahunnya. Selama tahun 2018 tercatat 1.999 kejadian bencana di Indonesia. Jumlah ini diperkirakan akan terus bertambah hingga akhir 2018 mendatang seiring cuaca ekstrem yang melanda Indonesia. Dampak yang ditimbulkan bencana sangat besar. Tercatat 3.548 orang meninggal dunia (Data BNPB 2018).

Yang masih segar dalam ingatan kita bencana yang terjadi di Indonesia:

1. Gempa Bumi NTB yang terjadi pada tanggal 29 Juli 2018 menelan korban jiwa sebanyak 564 orang.
2. Gempa dan Tsunami serta Likuefaksi (Pencairan Tanah) Sulawesi Tengah yang terjadi pada tanggal 28 September 2018 menelan korban jiwa tercatat sebanyak 2.113 orang meninggal dunia.
3. Tsunami Selat Sunda yang terjadi pada tanggal 22 Desember 2018 memiliki jumlah keseluruhan korban bencana yaitu 373 orang meninggal dunia.

Data bencana tersebut semakin menunjukkan bahwa negara kita rawan bencana. Secara umum tingkat kesiapsiagaan masyarakat dan pemerintah daerah dalam menghadapi bencana-bencana besar belum dapat mengantisipasi dengan baik. Hal ini terlihat dari kejadian bencana yang banyak menimbulkan korban dimana masyarakat yang terkena bencana merasa kebingungan dan panik berlarian ke segala arah untuk menghindari tsunami ataupun bencana lainnya. Tidak adanya jalur evakuasi yang jelas serta sosialisasi yang minim dari Lembaga Pemerintah maupun Lembaga non-Pemerintah sehingga memperparah kondisi masyarakat yang terkena bencana.

Langkat adalah salah satu Kabupaten terluas di Sumatera Utara selain Kabupaten Labuhan Batu dan Deli Serdang. Kab.Langkat memiliki keunikan tersendiri dikarenakan wilayahnya terdiri dari daerah pegunungan dan pantai. Di Daerah Langkat terdapat Taman Nasional Gunung Leuser (TNGL) seluas lebih kurang 213,985 hektar; Kawasan Timur Laut seluas lebih kurang 9,520 hektar, Kawasan Penyangga seluas lebih kurang 7,600 hektar; Kawasan Hutan Bakau seluas lebih kurang 20,200 hektar; dan kawasan lain lebih kurang 14,927 hektar. Langkat juga memiliki kawasan pantai pesisir laut yang berbatasan langsung dengan Selat Malaka. Luas wilayah pesisir Kabupaten Langkat meliputi 8 kecamatan yaitu + – 1.697,039 km. Kondisi alam ini menimbulkan kerawanan jika terjadi longsor dan tsunami. Dengan alasan ini peneliti mengambil 2 wilayah yang mewakili 2 keadaan alam di Kab.Langkat, yaitu Kecamatan Sei Bingai dan Kecamatan Secanggang.

Kecamatan Sei Bingai terletak di wilayah pegunungan yang berbatasan dengan Kab.Karo dan berpotensi besar mengalami bencana seperti tanah longsor dan lain sebagainya. Kecamatan Secanggang terletak di wilayah pantai yang menuju berbatasan langsung dengan laut lepas dan kemungkinan akan terjadi tsunami, banjir atau bencana lainnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka yang menjadi pertanyaan peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Komunikasi Mitigasi Bencana yang dilakukan oleh Lembaga Pemerintahan maupun Non-Pemerintahan dalam menangani mitigasi bencana yang terjadi di wilayah Langkat ?
2. Bagaimana cara agar masyarakat yang bertempat tinggal di daerah rawan bencana menjadi masyarakat waspada dan siaga (MaWasGa) terhadap bencana yang kemungkinan akan melanda wilayah mereka?

Pembahasan

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan oleh Gigih Prastyo Indrasmo (Program Studi Sistem Informasi S-1, Fakultas Ilmu Komputer Universitas Dian Nuswantoro Semarang Tahun 2013 didalam jurnalnya yang berjudul Geographic Information System (GIS) Untuk Deteksi Daerah Rawan Longsor Studi Kasus di Keurahan Karang Anyar Gunung Semarang dari apa yang telah dibahas pada penelitian ini maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, antara lain sebagai berikut: a. Tingkat

kerawanan tanah longsor dibagi ke dalam tiga klasifikasi yaitu kurang rawan longsor sebesar 23.095 Ha (29.91%), rawan longsor sebesar 44.976 Ha (58.24%) dan sangat rawan longsor sebesar 9.156 Ha (11.86%). b. RW III, VI dan VI merupakan daerah yang memiliki wilayah sangat rawan longsor dengan luasan masing-masing wilayah sebesar 0.386 Ha, 7.116 Ha dan 1.654 Ha. c. Tiap parameter penyebab terjadinya longsor memiliki karakteristik yang berbeda-beda. 1) Faktor curah hujan yang tergolong agak tinggi yang mendominasi seluruh wilayah kelurahan yaitu sebesar 2000 mm/tahun. 2) Daerah kelurahan didominasi dengan tingkat kemiringan lereng yang relatif tinggi, hal ini dapat dilihat dari daerah yang memiliki tingkat kemiringan lereng di bawah rata-rata 14% hanya sebesar 22.269 Ha atau sebesar 28,84% dari total luas wilayah. Kemudian Pada Penelitian selanjutnya, Penelitian yang dilakukan Mubekti, dan Fauziah Alhasanah Peneliti di Pusat Teknologi Inventarisasi Sumberdaya Alam Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi yang berjudul Mitigasi daerah rawan tanah longsor menggunakan teknik pemodelan sistem informasi geografis Studi Kasus: Kecamatan Sumedang Utara dan Sumedang Selatan maka dapat dihasilkan sebagai berikut: a. Lebih dari separuh wilayah Sumedang Utara dan Sumedang Selatan merupakan daerah yang rawan terhadap tanah longsor b. Wilayah yang memiliki potensi bahaya longsor pada tingkat sangat rawan adalah Desa Ciherang, Sukajaya, Pasanggrahan, dan Citengah c. Wilayah yang memiliki tingkat bahaya tanah longsor yang tinggi belum tentu memiliki nilai risiko yang tinggi.

Penelitian Muhammad Junaidi (2013) Strategi Komunikasi Dinas Kebersihan dan Pertamanan kota Samarinda dalam Pelaksanaan Program Samarinda Hijau Bersih dan Sehat (HBS) pada RT 07 kelurahan Mugirejo. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya pendekatan-pendekatan yang menunjang program Samarinda Hijau Bersih dan Sehat (HBS) melalui pendekatan edukatif dan persuasif menggunakan media cetak berupa koran, baliho, spanduk, dan poster untuk media elektronik memanfaatkan radio dan televisi untuk menyebarkan informasi tentang program Samarinda Hijau Bersih dan Sehat (HBS) serta internet. Dinas Kebersihan dan Pertamanan melalui Bidang Penyuluhan dan Pengawasan melakukan pendekatan kerjasama kepada beberapa perusahaan dan lembaga untuk menunjang kesuksesan program Samarinda Hijau Bersih dan Sehat melalui program Corporate Social Responsibility (CSR) serta lembaga-lembaga yang ikut mendukung program pemerintah yaitu

menuju Samarinda yang Hijau Bersih dan Sehat. Faktor pendukung Dinas Kebersihan dan Pertamanan melalui tentang program Samarinda Hijau Bersih dan Sehat (HBS) adalah komitmen pemerintah terhadap kebersihan lingkungan, dukungan perusahaan dengan bantuan CSR.

Penelitian Ahmad Nur Yani (2016) dengan judul Pola dan Strategi Penanggulangan Bencana Alam (Studi Kasus di Daerah DIY). Daerah Istimewa Yogyakarta masuk dalam daerah rawan bencana di Indonesia, bencana antara lain longsor, banjir, kekeringan, gempa bumi, letusan erupsi gunung berapi. Dalam penelitian ini mewawancarai tujuh informan secara purposif. Metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi, sedangkan analisa data menggunakan model analisis Miles-Huberman dengan reduksi data, penyajian data, verifikasi data dan triangulasi. Penanggulangan bencana dikategorikan menjadi tiga pola, yaitu (1) prabencana dengan mitigasi, kesiapsiagaan dan peringatan dini (2) tanggap darurat dengan strategi bersifat merespon bencana yang terjadi (3) pascabencana, dengan strategi rehabilitasi dan rekonstruksi.

Strategi Komunikasi

Menurut Effendi (2003:301), strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai suatu tujuan.

Tujuan dan Fungsi Strategi Komunikasi Menurut Wayalpace, Peterson, dan Burnet yang dikutip Ruslan (2000:31) tujuan strategi komunikasi adalah sebagai berikut :

1. *To secure understanding*, untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam berkomunikasi.
2. *To establish acceptance*, bagaimana cara penerimaan itu harus dibina dengan baik.
3. *To motivate action*, penggiatan untuk memotivasinya.
4. *The goals which the communicatorsought the achive*, bagaimana tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.

Komunikasi Mitigasi Bencana

Komunikasi mitigasi bencana merupakan komunikasi yang dilakukan dalam upaya pencegahan terjadinya bencana (Haddow, 2008).

Komunikasi kaitannya dengan mitigasi bencana sangat diperlukan karena adanya kebutuhan untuk mengurangi ketidakpastian di lingkungan masyarakat sehingga dapat bertindak secara efektif. Dalam pencegahan bencana, informasi yang akurat dari pemangku kepentingan dalam hal ini pemerintah sangat diperlukan oleh masyarakat maupun lembaga swasta yang memiliki kepedulian besar terhadap peristiwa bencana tersebut. Dalam upaya untuk meminimalisir terjadinya korban jiwa atau kerugian materi

Mitigasi Bencana adalah serangkaian upaya untuk mengurangi risiko bencana, baik melalui pembangunan fisik maupun penyadaran dan peningkatan kemampuan menghadapi ancaman bencana (Pasal 1 ayat 6 PP No 21 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Penanggulangan Bencana).

Tujuan mitigasi bencana adalah:

1. Mengurangi dampak yang ditimbulkan, khususnya bagi penduduk
2. Sebagai landasan (pedoman) untuk perencanaan pembangunan
3. Meningkatkan pengetahuan masyarakat dalam menghadapi serta mengurangi dampak/resiko bencana, sehingga masyarakat dapat hidup dan bekerja dengan aman

Kewaspadaan Masyarakat

Kewaspadaan menjadi kata yang penting bagi penduduk Indonesia karena bencana alam merupakan hal yang rutin dan bisa terjadi setiap saat. Letak Indonesia yang merupakan pertemuan lempeng dunia, yakni Indo-Australia, Eurasia, Pasifik, serta lempeng Filipina di sekitar Maluku membuat wilayah Indonesia rutin mengalami bencana, seperti gempa bumi, tsunami, dan gunung meletus. Bahkan, beberapa di antaranya merupakan bencana terbesar di dunia (www.kompas.com).

Sosialisasi

Menurut Ihromi menjelaskan dalam Berger dan Luckman (2004) dalam sosialisasi dibedakan atas dua tahap yakni: Sosialisasi primer sebagai sosialisasi pertama yang dijalani individu semasa kecil, melalui mana ia menjadi anggota masyarakat, dalam tahap ini proses sosialisasi primer membentuk kepribadian anak kedalam dunia umum dan keluarganya yang berperan sebagai agen sosialisasi. Sosialisasi sekunder, didefinisikan sebagai proses berikutnya yang memperkenalkan individu yang telah disosialisasikan

ke dalam sektor baru dunia objektif masyarakat; dalam tahap ini proses sosialisasi mengarah pada terwujudnya sikap profesionalisme; dan dalam hal ini menjadi agen sosialisasi adalah lembaga pendidikan, peer group, lembaga pekerjaan, lingkungan yang lebih luas dari keluarga.

Penutup

Hasil penelitian menunjukkan masyarakat belum memiliki kewaspadaan yang tinggi terhadap bencana banjir dan tanah longsor. Termasuk kewaspadaan dalam mengantisipasi jika terjadi bencana dengan menyimpan benda-benda berharga yang masyarakat miliki seperti surat keterangan pendidikan (ijazah), surat keterangan kepemilikan rumah dan tanah (sertifikat tanah), menyimpan kepemilikan seperti emas dan uang dalam satu lokasi atau tempat tertentu yang cukup aman. Lembaga formal dan non formal yang ada di wilayah mereka belum melakukan sosialisasi secara maksimal tentang pentingnya memiliki kewaspadaan terhadap bencana banjir dan tanah longsor.

Daftar Pustaka

- Achmad, dkk. 1997. Strategi Komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bhakti
- Alwi Hasan, dkk. (2005). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka.
- Arifin, Anwar. 1994. Strategi Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas. Bandung : CV. ARMICO
- BNPB (2015). Pedoman Operasional Kegiatan Tim Pendamping Nasional. Jakarta: BNPB
- Bungin, Burhan, Prof. Dr. (2011). Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Kencana Media Group
- Dylan, Aprialdo. Marak Bencana Alam, BNPB Imbau Masyarakat Tingkatkan Kewaspadaan Masyarakat. Diakses pada 23 Januari 2019. <https://nasional.kompas.com/read/2018/03/02/21084331/marakbencana-alam-bnpb-imbau-masyarakat-tingkatkan-kewaspadaan>.
- Effendi, Onong. 2003. Pengantar Ilmu komunikasi teori dan Praktek. Rosda Karya : Bandung.
- Fraenkel, J.R dan Wallen, N. E. 1990. How to Design and Evaluate Research in Education, NY : McGraw-Hill Publishing Company

- Haddow, George D. dan Kim S. Haddow. 2014. *Disaster Communication in A Changing Media World*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Junaidi, Muhammad. 2013. *Strategi Komunikasi Dinas KebersihandanPertamanan Kota Samarinda dalam Pelaksanaan Program Samarinda Hijau Bersih dan Sehat (HBS) pada RT 07 Kelurahan Mugirejo*. Universitas Mulawarman. Samarinda
- Kotler, Philip dan Roberto, Eduardo L. 1989. *Social Marketing: Strategies for Changing Public Behavior*. New York: The Free Press.
- Lazuardi,Glery. *Sistem Peringatan Dini Tsunami di Indonesia Belum Optimal*. Diakses pada 25 Januari 2019. <https://nasional.kompas.com/read/2018/03/02/21084331/marakbencana-alam-bnpb-imbau-masyarakat-tingkatkan-kewaspadaan>.
- Lee, Nancy, Kotler Philip. 2015. *Fifth Editions. Social Marketing: changing Behaviors for Good*. Sage Publications
- Littlejohn, Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss.2009. *Teori Komunikasi (Theories of Human Communication)*, terjemahan Mohammad Yusuf Hamdan, Jakarta : Penerbit Salemba Humanika.
- Moleong Lexy J. 2004, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mubyarto dan Suratno. 1981. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Yayasan Agro Ekonomika, Yogyakarta
- Nur Yani, Ahmad. 2016. *Pola dan Strategi Penanggulangan Bencana Alam*. Yogyakarta: Konsentrasi Pekerjaan Sosial. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Republika newsroom, 2009. *Kesadaran Masyarakat Jaga kelestarian Lingkungan Hidup Rendah*.
- Undang-undang No.24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana

Manajemen Peliputan Berita Televisi Berbasis Jurnalisme Bencana di TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah

Riky Ardiyansah, dan Fajar Junaedi

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

E-mail riky.ardiansah.2014@fisipol.umy.ac.id, fajarjun@umy.ac.id

Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara yang wilayahnya rentan akan terjadinya bencana alam, seperti halnya gempa bumi, banjir, tanah longsor dan gunung meletus. Dalam kurun waktu delapan tahun ini sudah terjadi beberapa peristiwa bencana yang melanda wilayah Indonesia baik yang berdampak kecil maupun berdampak besar bagi lingkungan sekitar terjadinya peristiwa bencana. Berdasarkan data yang dihimpun dalam Data Informasi Bencana Indonesia (DIBI)- BNPB, terlihat bahwa dari lebih 1.800 kejadian bencana pada periode 2005 hingga 2015 lebih 78% (11,648) kejadian bencana merupakan bencana hidrometeorologi dan hanya sekitar 22% (3,810) merupakan bencana geologi. Kejadian bencana kelompok hidrometeorologi berupa kejadian bencana banjir, gelombang ekstrim, kebakaran lahan dan hutan, kekeringan dan cuaca ekstrim. Sedangkan untuk kelompok bencana geologi yang sering terjadi adalah gempa bumi, tsunami, letusan gunung api, tanah longsor. Kecenderungan jumlah kejadian bencana secara total untuk kedua jenis kelompok relatif terus meningkat (Amri, Yulianti, Yunus, dkk, 2016:30).

Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah sendiri terletak di kawasan yang terdapat pertemuan antar lempeng aktif Indo – Australia dan Eurasia, hal ini menyebabkan wilayah Yogyakarta dan Jawa Tengah khususnya bagian selatan menjadi daerah yang rawan akan terjadinya bencana terutama bencana gempa bumi, selama kurun waktu delapan tahun terakhir sudah terjadi beberapa peristiwa bencana alam meliputi gempa bumi, erupsi gunung berapi, longsor dan berbagai peristiwa bencana alam lainnya yang terjadi di wilayah Yogyakarta dan Jawa Tengah. Berdasarkan Indeks Rawan Bencana Indonesia tahun 2011, hampir semua wilayah Yogyakarta dikategorikan dalam kelas rawan bencana yang cukup tinggi bahkan salah satu wilayah Kabupaten yaitu Kabupaten

Sleman menduduki peringkat tiga rangking nasional.

Informasi terkait kebencanaan maupun informasi penanggulangan bencana sangat dibutuhkan bagi masyarakat, terutama masyarakat yang bertempat tinggal di wilayah rawan terjadinya bencana, baik informasi yang disampaikan secara langsung oleh pemerintah setempat maupun oleh media massa. Proses peliputan berita peristiwa bencana tentunya berbeda dengan peliputan berita pada umumnya, selain jurnalis harus memberikan informasi terkait bencana juga pemulihan kondisi masyarakat yang terkena dampak bencana, para jurnalis berita juga harus menjaga keselamatan dirinya untuk meliput berita di lokasi bencana. Namun sangat disayangkan hampir semua media penyiaran khususnya televisi baik nasional maupun lokal belum memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP) yang jelas atau disepakati terkait peliputan peristiwa bencana, di beberapa media memiliki SOP tersendiri yang tidak tertulis untuk melakukan peliputan peristiwa bencana.

Sebagai media penyiaran yang konsisten menyiarkan berita dan olahraga dalam setiap programnya TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah sendiri merupakan perpanjangan tangan suatu kantor berita dalam memudahkan penggalan informasi di daerah dengan titik-titik tertentu, sehingga saat terjadinya peristiwa bencana di suatu daerah tentunya biro lebih dekat dan cepat untuk melakukan peliputan berita yang nantinya akan disiarkan di kantor berita pusat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen peliputan berita yang dilakukan oleh stasiun televisi TVOne khususnya Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah. Dalam ranah ilmu komunikasi penelitian terkait jurnalisme bencana sudah banyak dilakukan kalangan akademisi, kebanyakan dari penelitian tersebut memfokuskan bagaimana penerapan dan pemahaman jurnalisme bencana dalam praktek jurnalistik di berbagai media baik media cetak, media penyiaran maupun media *online*.

Adapun penelitian sebelumnya menjelaskan terkait jurnalisme bencana, yaitu penelitian “Jurnalisme Sensitif Bencana Dalam Manajemen Pencarian, Pengolahan, Informasi dan Pemberitahuan Bencana Di Ruang Redaksi”, oleh Filosa Gita Sukmono dan Fajar Junaedi (2015). Penelitian ini dilakukan di beberapa media yang ada di Yogyakarta terkait peliputan erupsi Gunung Merapi tahun 2010 yang menyimpulkan bahwa wartawan yang meliput erupsi Gunung Merapi pada tahun 2010 mengakui adanya kelemahan dalam praktek jurnalisme bencana yang terjadi saat itu serta masih ditemukannya praktek jurnalisme air mata. Dimana dalam

peliputan sebuah berita lebih mengeksplorasi korban bencana.

Penelitian kedua dilakukan oleh Muzayin Nasaruddin (2017) “Jurnalisme Bencana: Sebuah Tinjauan Etis.” Pada penelitian ini membahas tentang pemberitaan bencana yang ada di media penyiaran nasional dimana penelitian ini menyimpulkan bahwa masih lemahnya praktek jurnalisme bencana yang dipengaruhi faktor-faktor diantaranya, masih rendahnya keterampilan jurnalistik wartawan-wartawan Indonesia terutama ketika meliput sebuah peristiwa bencana dan juga faktor tersendiri dari ideologi pemilik media menjadi ideologi yang dominan. Berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, penelitian ini memfokuskan bagaimana manajemen peliputan berita televisi berbasis jurnalisme bencana yang dilakukan oleh TVOne khususnya Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah dari pra peliputan peristiwa bencana hingga penyiaran program berita.

Penelitian ini dilakukan dalam rangka penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus tentang manajemen peliputan berita berbasis jurnalisme bencana yang ada di TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah tentang manajemen peliputan berita berbasis jurnalisme bencana dari mulai proses peliputan, pengolahan dan penyiaran. TVOne Biro Yogyakarta merupakan perluasan dari TVOne Pusat yang berada di Ibu Kota Jakarta dalam memperoleh informasi di beberapa daerah. TVOne Biro Yogyakarta merupakan kantor cabang yang bertujuan untuk memudahkan akses peliputan di Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan wawancara mendalam (*in-depth interview*) kepada Budi Dzulkifli (kepala biro dan produser). Danitha Dwi Anita Riyadi (asisten produser dan reporter). Hidayat Wahid (juru kamera) dan Dhinar Arga Dumadi (reporter) TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah. Selanjutnya dengan mengunakan observasi. Observasi atau pengamatan adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan (Bungin, 2009:115). Peneliti mengamati apa yang dilakukan oleh jurnalis dari pra produksi, produksi hingga pasca produksi, peliputan berita di TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah. Selain itu peneliti juga mengunakan dokumentasi dalam penelitian, Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono. 2017:457). Dokumentasi dalam penelitian ini

adalah artikel dan jurnal di internet, gambar – gambar dan video tentang proses peliputan berita di TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah.

Setelah data terkumpul lalu dilanjutkan pada tahap analisis data, dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan peneliti yaitu model dari Miles dan Huberman dimana aktivitas dalam analisis data antara lain yaitu, data collection (pengumpulan data), data reduction (reduksi data), data display (penyajian data), dan *conclusion drawing/verification* (penarikan kesimpulan). Tahapan pertama yang dilakukan peneliti adalah mengumpulkan data (*data collection*) dari TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah baik menggunakan wawancara, observasi maupun dokumentasi. Setelah melakukan penelitian dan memperoleh data selanjutnya yaitu dengan reduksi data (*data reduction*), istilah reduksi data dalam penelitian kualitatif dapat disejajarkan maknanya dengan pengolahan data (mulai dari editing, koding, hingga tabulasi data) dalam penelitian kuantitatif (Bungin, 2003:70). Dimana data yang diperoleh akan dirangkum dan dipilih data mana yang penting dan diperlukan sesuai dengan penelitian, data yang nantinya akan direduksi merupakan data hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dari TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah.

Selanjutnya penyajian data (*data display*) dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar katagori, flowchart dan sejenisnya (Sugiyono, 2005:95). Dalam penelitian ini penyajian data berupa penerapan manajemen peliputan berita berbasis jurnlisme bencana yang dilakukan TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah. Yang terakhir penarikan kesimpulan (*conclusion drawing/verification*), peneliti menarik kesimpulan dari data yang sudah direduksi dan memilih data yang mengarah pada pemecahan masalah juga tentunya dapat mencapai tujuan penelitian.

Pembahasan

Dalam proses peliputan berita diperlukan manajemen peliputan berita yang sesuai agar peliputan dapat berjalan dengan sebagaimana mestinya dan tentunya tercapai tujuan dalam peliputan berita tersebut, manajemen berita merupakan menerapkan fungsi-fungsi manajemen ke dalam suatu berita. Penerapan tersebut dilakukan mulai dari perencanaan, peliputan, penulisan/pemotretan sampai dengan *editing* (penyuntingan) (Pareno, 2003:52). Sebagai perpanjangan tangan dari sebuah kantor berita

pusat, TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah memiliki manajemen peliputan berita yang terbilang tidak begitu rumit, hal dikarenakan dalam tugasnya TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah hanya memfokuskan untuk peliputan berita secara *live cam* dan juga *Live On Tape* (LOT) yang nantinya hasil peliputan berita tersebut dikirimkan ke kantor berita pusat.

Peliputan, Pengolahan dan Penyiaran Berita Televisi Berbasis Jurnalisme Bencana di TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah

Dalam proses peliputan diawali dengan persiapan peliputan, tahapan ini merupakan tahapan awal dalam sebuah peliputan berita, dimana dalam tahapan ini dibentuk tim untuk meliput sebuah peristiwa yang nantinya akan dijadikan bahan untuk berita. Dalam tahapan ini juga kebutuhan teknis penyiaran dipersiapkan, dalam proses persiapan peliputan TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah memiliki persiapan yang berbeda tergantung jenis peliputan yang akan dilakukan pada saat peliputan berita, seperti halnya persiapan peliputan *live cam* lebih banyak dibandingkan LOT.

Sedangkan untuk penentuan *crew* yang bertugas pada suatu liputan berita akan dibedakan ketika peliputan *live cam* dan LOT hal ini dapat dilihat dari kebutuhan *crew* pada saat peliputan berita secara *live cam* akan membutuhkan banyak orang ketimbang peliputan LOT. Pada umumnya dalam proses peliputan berita minimal melibatkan dua orang kerabat kerja seperti halnya yang dijelaskan oleh Deddy Iskandar Muda dalam bukunya menyebutkan bahwa dalam meliput sebuah peristiwa yang akan disiarkan dalam berita, maka paling sedikitnya akan melibatkan dua orang kerabat kerja, yaitu reporter dan seorang juru kamera. Di beberapa stasiun televisi ada membentuk tim yang terdiri dari tiga orang kerabat kerja yaitu reporter, kamera (cameraman) dan juga suara (soundman). Bahkan ada yang menurunkan empat orang kerabat kerja sekaligus, yaitu selain tiga orang kerabat kerja yang telah disebutkan tadi, ditambah satu orang lagi yaitu juru lampu (lightingman) (Muda, 2003 :99).

Hal ini tentunya sudah diterapkan di TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah dalam proses peliputan sebuah berita tidak terkecuali pada saat meliput sebuah peristiwa bencana. Sedangkan dalam peliputan peristiwa bencana perlengkapan khusus juga dipersipkan guna keamanan dalam peliputan di daerah terjadinya bencana, TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah sendiri menyiapkan beberapa perlengkapan tambahan dalam peliputan peristiwa bencana guna menjaga keamanan jurnalis

yang bertugas seperti halnya memperispakan sepatu booth untuk alas dalam peliputan longsor dan erupsi gunung api, dan juga jas hujan dalam meliput cuaca ekstrim seperti halnya kondisi cuaca hujan. Meskipun pada umumnya perlengkapan yang diperlukan saat menghadapi lingkungan yang terdapat bencana itu diperlukan perlengkapan khusus, namun tidak semua perlengkapan kebencanaan tersedia di TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah hanya ada beberapa perlengkapan yang sering dibawa sebagai antisipasi pada saat peliputan sebuah peristiwa bencana.

Selanjutnya setelah mempersiapkan segala bentuk kebutuhan teknis dan *crew* tahapan selanjutnya dalam proses peliputan adalah mencari narasumber. Di TVOne Biro Yogyakarta sendiri dalam pencarian narasumber khususnya peliputan berita peristiwa bencana dapat diperoleh dari lembaga lembaga terkait yang memang berkopeten untuk menjelaskan peristiwa tersebut. Setibanya di lokasi pada liputan live *crew* yang bertugas perlu mempersiapkan mobil *Satellite News Gathering* (SNG) guna keperluan mengiri hasil rekaman yang nantinya direkan juru kamera dan juga reporter ke kantor berita pusat, nantinya dari kantor berita pusatlah yang menyiarkan secara langsung. Dalam proses persiapan SNG sendiri *crew* membagi tugas seperti halnya produser lapangan sangat berperan dalam mengkordinir semua *crew* yang bertugas dilapangan dan juga menjaga kordinasi dengan kantor pusat.

Setelah tahap persiapan selanjutnya adalah peliputan dalam tahapan ini reporter dan *crew* ditugaskan untuk menggambarkan peristiwa kedalam berita televisi. Dimana pada tahapan ini reporter dan juru kamera akan mencari visual sebuah peristiwa yang nantinya akan dijadikan sebuah bahan berita. Setelah tahap persiapan selanjutnya adalah peliputan dalam tahapan ini reporter dan *crew* ditugaskan untuk menggambarkan peristiwa kedalam berita televisi. Dimana pada tahapan ini reporter dan juru kamera akan mencari visual sebuah peristiwa yang nantinya akan dijadikan sebuah bahan berita. Selain menggambarkan peristiwa melalui perekaman visual, pada tahapan ini juga nantinya reporter akan melaporkan peristiwa dengan mewawancarai beberapa narasumber yang sudah ditentukan tentunya sesuai dengan topik yang dibicarakan.

Setelah tahap peliputan dilanjutkan dengan tahap pengolahan, pada tahapan ini dibagi menjadi dua yaitu tahap penulisan lead berita, naskah berita dan juga tahap penyuntingan gambar. Dalam tahapan ini seorang

reporter akan menyusun sebuah teras berita atau sering disebut *lead in*. *Lead in* dapat kita andaikan kunci (*key word*) berita. Dengan mendengar *lead in* yang dibacakan penyiar, pemirsa dapat menangkap makna (*mean*) dan nilai (*value*) berita secara jelas (Harahap, 2018:113). Di TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah penulisan lead dan naskah hanya dilakukan pada saat liputan LOT, hal ini tidak diperlukan pada saat liputan *live cam*, dikarenakan pada saat liputan live hasil liputan sudah langsung disiarkan oleh kantor berita pusat. Berdasarkan informasi yang diperoleh proses penyutitan gambar juga sama seperti halnya penulisan naskah maupun lead, hanya dilakukan ketika proses peliputannya LOT, editor biro hanya mengedit secara *offline* dalam bentuk *raftcut* untuk keperluan editor yang ada di kantor berita pusat.

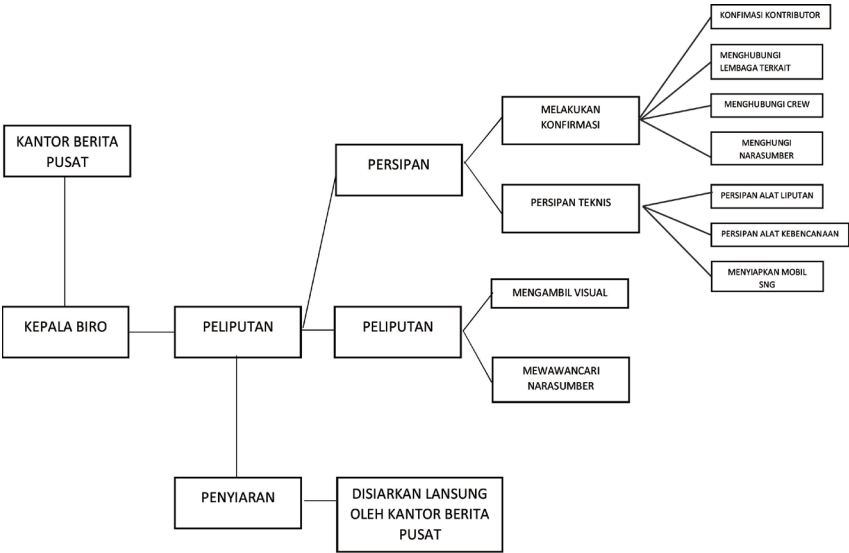
Tahapan terakhir yaitu penyiaran dalam tahapan ini penyiaran tidak selamanya dilakukan TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah secara langsung. Tetapi, ada koordinasi dari kantor berita pusat untuk menyiarkan dalam hal ini adalah proses penyiaran berita secara *live cam*. Hal ini dikarenakan karena wewenang yang diterima kantor biro hanya sekedar perpanjangan tangan dari kantor berita pusat yang dimana hanya membantu pencarian berita yang nantinya akan disiarkan di kantor berita pusat. Pada TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah sendiri, intruksi menyiarkan berita secara *live* akan langsung diberikan oleh koordinator daerah yang ada di kantor berita pusat dan nantinya akan diteruskan ke kepala biro masing masing daerah. Intruksi ini bisa berupa panggilan melalui telepon maupun menggunakan layanan pesan whatsapp grup yang ada, baru kemudian kepala biro akan menghubungi *crew* yang akan bertugas dalam proses peliputan berita secara *live*.

Penanaman pemahaman jurnalisisme bencana di TVOne terutama Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah sendiri menjadi hal yang penting untuk dilakukan, melihat lokasi bertugas para jurnalis di biro berada di wilayah yang terbirang rawan terjadi peristiwa bencana. Terlepas dari proses maupun prosedur penanaman nilai-nilai jurnalisisme bencana yang mungkin tidak dilakukan secara langsung oleh pihak TVOne pusat terhadap para jurnalis yang bertugas di daerah rawan bencana, namun tetap adanya penanaman yang dilakukan untuk lebih menunjukkan empati para jurnalis terhadap apa yang akan mereka beritakan terutama dalam peliputan peristiwa bencana. Berdasarkan informasi yang diperoleh peneliti, bahwa penanaman nilai-nilai jurnalisisme bencana di TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah sendiri seringkali tidak secara

langsung, para jurnalis sudah memiliki bekal tersendiri terkait etika dalam peliputan terutama peliputan peristiwa bencana. Namun TVOne pusat juga sering kali mengadakan pelatihan dan penanaman nilai-nilai jurnanisme bencana kepada jurnalis terutama para reporter yang bertugas di daerah- daerah.

Model Peliputan Berita Televisi Berbasis Jurnalisme Bencana

Berdasarkan data yang penulis dapatkan dalam proses peliputan berita televisi berbasis jurnalisme bencana di TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah dapat dihasilkan sebuah model manajemen peliputan berita televisi yang ideal dari mulai tahap koordinasi ,persiapan , peliputan hingga penyiaran, maka model yang ideal dalam proses peliputan berita televisi berbasis jurnalisme bencana yang dapat dijadikan reverensi bagi media televisi khususnya biro adalah sebagai berikut:



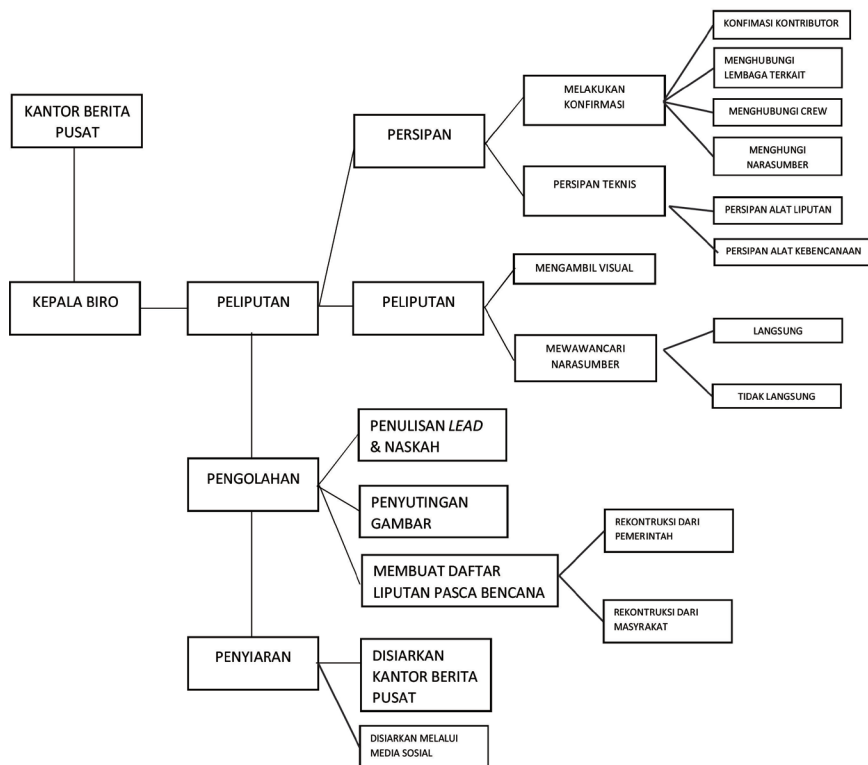
Bagan 1. Bagan manajemen peliputan berita TV *live cam* berbasis jurnalisme bencana

Model tersebut merupakan model peliputan berita televisi secara *live cam* berbasis jurnalisme bencana, yang dimulai dari tahap kordinasi antara kantor berita pusat dengan kepala biro dilanjutkan pada tahap peliputan yang dimana dilakukan persiapan awal, seperti halnya melakukan konfirmasi terhadap kontributor yang bertugas di wilayah tersebut, hal ini dilakukan guna memperoleh informasi mengenai kondisi daerah tersebut apakah bencana bersifat massif atau hanya dalam sekala kecil sehingga nantinya menentukan apakah *crew* dapat meliput

peristiwa tersebut atau dapat dilakukan hanya memalui kontributor saja, selanjutnya memperoleh informasi guna persiapan alat seperti halnya mobil SNG. Tahap selanjutnya menghubungi lembaga terkait kebencanaan di daerah tersebut, hal ini dilakukan guna mengetahui kondisi bencana baik sebelum maupun sesudah bencana dan apakah masih berpotensi adanya bencana susulan, informasi ini penting untuk keselamatan *crew* yang nantinya bertugas di daerah tersebut. Tahap selanjutnya menghubungi *crew* yang akan bertugas sekaligus memastikan kondisi psikologis dan juga jasmani *crew* yang akan bertugas, terutama untuk liputan peristiwa bencana bersifat massif dan berdurasi cukup lama.

Dilanjutkan dengan menyiapkan alat teknis mulai dari alat keperluan peliputan berita yang dimana disiapkan kamera, mic dan alat teknis lainnya, selain itu juga perlu menyiapkan perlengkapan kebencanaan yang terdiri dari perlengkapan minimal seperti sepatu *booth* dan jas hujan, untuk meliput peristiwa bencana yang dalam skala kecil dan juga menyiapkan alat kebencanaan standar seperti tas ransel yang berisikan perlengkapan kesehatan dan juga peralatan komunikasi selain telepon seluler dalam meliput peristiwa bencana yang bersifat massif dan berdurasi cukup lama. Selanjutnya pada saat sudah mencapai lokasi liputan maka diperlukan untuk persiapan mobil SNG mulai dari pengoprasian alat dan juga memastikan koneksi jaringan dengan kantor berita pusat untuk keperluan liputan berita secara *live cam*. Tahapan selanjutnya menghubungi narasumber yang nantinya akan di wawancarai, pemilihan narasumber dalam peliputan berita peristiwa bencana dapat menghubungi lembaga kebencanaan maupun pemerintah daerah yang berada di wilayah tempat terjadinya peristiwa bencana, dan juga masyarakat sekitar tempat terjadinya bencana dapat dijadikan sebagai narasumber tersendiri.

Setelah proses persiapan selesai maka dilanjutkan dengan proses pengambilan gambar dan juga wawancara narasumber yang sebelumnya sudah dihubungi, pengambilan gambar atau visual pada saat siaran langsung biasanya sudah diarahkan oleh kantor berita pusat, selanjutnya dilakukan proses penyiran melalui jaringan yang dikoneksikan ke kantor berita pusat sehingga bisa disiarkan secara langsung. Selain peliputan berita secara langsung atau *live cam*, Selanjutnya merupakan model yang ideal dalam manajemen peliputan berita *Live On Tape* (LOT) berbasis jurlisme bencana adalah sebagai berikut :



Bagan 2. Bagan manajemen peliputan berita tv Live On Tape (LOT) berbasis jurnalisme bencana

Pada bagian awal liputan berita LOT dimulai dari kordinasi antara kantor berita pusat dengan kepala biro dan juga pada liputan ini dapat dilakukan secara inisiatif dari pihak biro yang menyoroti peristiwa penting yang ada di sekitar wilayah kerjanya khususnya peristiwa bencana, hal ini menjadikan komunikasi antara kepala biro dan *crew* dapat lebih cair dikarenakan butuh kerjasama dan komunikasi yang baik guna menentukan tema apa yang akan di angkat sebagai bahan berita berdasarkan peristiwa yang terjadi dilingkungan tugas biro tersebut. Tahapan selanjutnya dimulai dari tahap peliputan yang dimana dilakukan persiapan awal, sama seperti halnya pada liputan *live cam* tahapan awal pada bagian ini adalah melakukan konfirmasi terhadap kontributor yang bertegus diwilayah tersebut, hal ini dilakukan guna memperoleh informasi mengenai kondisi daerah tersebut apakah bencana bersifat *massif* atau hanya dalam skala kecil sehingga nantinya menentukan

apakah *crew* dapat meliput peristiwa tersebut atau dapat dilakukan hanya memalui kontributor saja. Bisa juga nantinya jurnalis dari biro berkerja sama bersama kontributor di daerah tersebut dalam proses peliputan berita.

Tahap selanjutnya menghubungi lembaga terkait kebencanaan di daerah tersebut, hal ini dilakukan guna mengetahui kondisi bencana baik sebelum maupun sesudah bencana dan apakah masih berpotensi adanya bencana susulan, informasi ini penting untuk keselamatan *crew* yang nantinya bertugas di daerah tersebut. pada tahapan ini juga dapat dilakukan konfirmasi untuk mencari naraumber dari lembaga tersebut guna diwawancarai pada proses peliputan nantinya. Dilanjutkan dengan tahap selanjutnya yaitu menghubungi *crew* yang akan bertugas sekaligus memastikan kondisi psikologis dan juga jasamani *crew* yang akan bertugas, terutama untuk liputan peristiwa bencana bersifat massif dan berdurasi cukup lama. Pada proses peliputan secara LOT biasanya *crew* yang dibutuhkan hanya sedikit biasanya hanya membawa reporter, juru kamera dan juga driver.

Tahapan selanjutnya yaitu menyiapkan alat teknis mulai dari alat keperluan peliputan berita yang dimana disiapkan kamera, mic dan alat teknis lainnya, selain itu juga perlu menyiapkan perlengkapan kebencanaan yang terdiri dari perlengkapan minimal seperti sepatu *booth* dan jas hujan, untuk meliput peristiwa bencana yang dalam skala kecil dan juga menyiapkan alat kebencanaan standar seperti tas ransel yang berisikan perlengkapan kesehatan dan juga peralatan komunikasi selain telepon seluler dalam meliput peristiwa bencana yang bersifat *massif* dan berdurasi cukup lama. pada tahapan ini proses persiapan seharusnya tidak memakan waktu cukup lama dikarenakan jumlah *crew* yang bertugas hanya sedikit hal ini juga dipengaruhi oleh persiapan teknis yang tidak banyak seperti saat melakukan liputan *live cam*. Tahapan selanjutnya menghubungi narasumber yang nantinya akan di wawancarai, pemilihan narasumber dalam peliputan berita peristiwa bencana dapat menghubungi lembaga kebencanaan maupun pemerintah daerah yang berada di wilayah tempat terjadinya peristiwa bencana, dan juga masyarakat sekitar tempat terjadinya bencana dapat dijadikan sebagai narasumber tersendiri. Berbeda dengan liputan secara *live* dalam liputan LOT tidak diperlukan mobil SNG dikarenakan pada hasil liputan akan direkam oleh juru kamera.

Setelah proses persiapan selesai maka dilanjutkan dengan proses

pengambilan gambar dan juga wawancara narasumber yang sebelumnya sudah dihubungi, pengambilan gambar atau visual pada LOT lebih beragam juru kamera dapat memilih *background* visual yang sesuai dengan materi berita yang akan di beritakan berbeda dengan liputan *live cam* yang dimana pengambilan gambar biasanya sudah ditentukan dari kantor berita pusat. Pada tahap ini juga repoter dapat berinteraksi dengan narasumber secara langsung maupun tidak langsung berada satu in fream bersama narasumber. Nantinya visual wawancara akan disatukan dengan visual repoter pada saat melaporkan jika menggunakan wawancara tidak langsung, proses ini nantinya akan dilakukan pada saat penyutingan gambar oleh editor.

Tahapan selanjutnya adalah pengolahan, pada tahapan ini dilakukan penulisan *lead* dan naskah berita, *lead* dan naskah yang buat oleh reporter nantinya akan dikirim ke kantor berita pusat sebagai bahan editing materi pemberitaan yang dilakukan di kantor berita pusat, selain penulisan *lead* dan naskah pada tahapan ini pula dilakukan proses penyutingan gambar atau editing gambar yang sudah diperoleh pada saat proses peliputan. Penyutingan gambar yang dilakukan diberbagai biro biasanya hanya sampai pada tahap editing *offline*, dimana para editor hanya ditugaskan untuk menyatukan beberapa gambar yang ada dan nantinya akan dilakukan pengirman file ke kantor berita pusat untuk dilakukan editing lanjutan guna kebutuhan bahan produksi berita, namun ada juga beberapa biro yang langsung melakukan editing secara total dan langsung dikirim ke kantor berita pusat atau disiarkan melalui media lain. Selanjutnya adalah proses membuat daftar liputan pasca bencana, hal ini bertujuan untuk mengawal rekontruksi yang dilakukan oleh pemerintah pasca peristiwa bencana.

Selain dari pihak pemerintah media juga dapat mengambil gambaran yang terjadi di masyarakat pasca peristiwa bencana, hal yang perlu di soroti yaitu bagaimana masyarakat dapat bangkit baik secara psikologis maupun jasmani setelah terkena dampak dari sebuah peristiwa bencana yang melanda lingkungan masyarakat tersebut. Nantinya pada tahapan ini akan dibuat daftar program yang dapat menggambarkan proses rekontruksi pasca terjadinya peristiwa bencana, sehingga nantinya pemerintah dan masyarakat dapat memperoleh informasi tentang apa yang sudah mereka lakukan dan yang belum mereka lakukan guna menghadapi resiko bencana dikemudian hari. Terakhir yaitu tahapan penyiaran dimana dalam tahapan ini penyiaran biasanya dilakukan oleh

kantor berita pusat melalui media televisi, namun perkembangan zaman semakin banyak media alternatif digunakan masyarakat guna mengakses berita, salah satunya yaitu media sosial. Kantor biro dapat mengunggah ulang berita yang sudah disiarkan kantor berita pusat ke dalam media sosial sebagai alternatif penyiaran.

Penutup

Sebagai tujuan utama dari penelitian ini tentang bagaimana manajemen peliputan berita televisi berbasis jurnalisme bencana di TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah, penulis menemukan beberapa poin penting dari hasil analisis data yang didapatkan. Beberapa poin tersebut adalah Penerapan manajemen peliputan berita di TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah sudah amat baik, hal ini dapat dilihat dari jalur koordinasi antar *crew* yang bertugas dari mulai tahap persiapan, peliputan, pengolahan hingga sampai pada tahap penyiran, pembagain tahapan seperti ini sudah dilakukan TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah dalam proses peliputan berita.

Penanaman nilai-nilai jurnalisme bencana di TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah masih belum cukup menjangkau semua jurnalis yang bertugas. pelatihan ini biasanya dilakukan oleh kantor berita TVOne pusat kepada para jurnalis yang bertugas di daerah yang rawan terjadi peristiwa bencana, Belum adanya pelatihan secara khusus dari kantor berita TVOne pusat maupun dari TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah tentang jurnalisme bencana kepada setiap jurnalis yang bertugas.

Belum adanya Standar Operasional Prosedur (SOP) yang diterapkan baik dari pihak KPI maupun pihak kantor berita pusat terkait peliputan berita televisi dalam meliput peristiwa bencana berbasis jurnalisme bencana. Hal ini menjadikan penerapan nilai jurnalisme bencana dalam setiap peliputan peristiwa bencana di TVOne Biro Yogyakarta dan Jawa Tengah kurang maksimal, salah satunya persiapan alat teknis kebencanaan yang belum memadai guna meliput peristiwa bencana secara massif dan bedurasi cukup lama, hanya ada perlengkapan sederhana yang digunakan untuk meliput peristiwa bencana bersekala kecil. Dan juga belum adanya program atau liputan yang bertujuan untuk mengawal proses rekontruksi yang dilakukan pemerintah setempat pasca terjadinya peristiwa bencana di suatu daerah.

Daftar Pustaka

- Amri, Yulianti, Yunus, dkk, (2016). *RBI Risiko Bencana Indonesia*. Jakarta : BNPB.
- Bungin, Burhan. (2003). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. (2009). *Penelitian Kualitatif. Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana.
- Harahap, Arifin S. (2018). *Manajemen Pemberitaan & Jurnalistik TV*. Jakarta : Indeks.
- Muda, Deddy Iskandar. (2003). *Jurnalistik Televisi. Menjadi Reporter Profesional*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Paremo, Sam Abede. (2003). *Manajemen Berita. Antara Idealisme Dan Realita*. Surabaya : Papyrus.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sukmono, Filosa Gita dan Fajar Junaedi. (2018). *Jurnalisme Sensitif Bencana Dalam Manajemen Pencarian, Pengolahan, Informasi Dan Pemberitahuan Bencana Diruang Redaksi*. Dalam jurnal ASPIKOM. Volume 3. Nomor 4.
- Nasaruddin, Muzayin. (2017). *Jurnalisme Bencana :Sebuah Tinjauan Etis*. Dalam Jurnal Komunikasi. Volume 1, Nomor 2.

Sambatan Sebagai Bentuk Komunikasi Tradisional Untuk Membangun Kembali Wilayah Pascabencana

Ch. Herutomo dan S. Bektis Istiyanto

Program Studi Ilmu Komunikasi Fisip Unsoed

Email: christoherutomo@gmail.com dan bektis@yahoo.com

Pendahuluan

Terjadinya bencana erupsi Gunung Merapi pada tahun 2010 telah memakan banyak korban jiwa maupun material. Korban di Kabupaten Klaten sebanyak lima orang yang meninggal akibat luka bakar dan sebanyak 26 lainnya meninggal akibat non luka bakar. Sebanyak 498 orang menjalani rawat inap di sejumlah rumah sakit baik di Jawa Tengah maupun Yogyakarta. Sedangkan, sejumlah 370.028 jiwa menjadi pengungsi yang tersebar di 687 titik pengungsian (<http://www.tribunnews.com/regional/2010/11/11/korban-tewas-letusan-gunung-merapi-menjadi-194>).

Menilik dari jatuhnya korban akibat erupsi Gunung Merapi maka ketersediaan program pembangunan merupakan prioritas utama dalam memperbaiki sebuah wilayah setelah terkena bencana. Program biasanya diberikan dalam bentuk darurat awal setelah terjadinya bencana dan pemberian bantuan untuk para korban agar dapat hidup seperti sebelumnya.

Secara prosedural setelah bencana maka pemerintah daerah bersama masyarakat menyusun sebuah program pembangunan kembali untuk masyarakat pasca musibah. Hal tersebut dilakukan secara swasembada terlebih dahulu melalui kegiatan pembangunan fisik maupun non fisik. Kegiatan yang dilakukan secara swasembada oleh masyarakat di sekitar gunung Merapi karena sudah mempunyai kesadaran. Kesadaran ini dapat terwujud dikarenakan adanya tradisi yang sudah mendarah daging dalam kehidupan keseharian masyarakat. Tradisi ini berwujud perasaan senasib atas penderitaan yang mereka alami. Mereka merasa menjadi satu bagian tidak terpisahkan dalam masyarakat.

Situasional seperti perasaan yang sama dalam kehidupan sehari-hari menjadikan partisipasi dalam membangun kembali wilayah kehidupan mereka menjadi nyata dan teraplikasikan dalam bentuk kegiatan antar sesama. Mereka sepenanggungan untuk mampu merasa sebagai

bagian dari sebuah keluarga besar masyarakat. Mereka menyatu dalam membangun kembali wilayahnya yang menjadi korban. Di sinilah terjadi pemberdayaan berbasis komunikasi dalam system kehidupan tradisional yaitu gotong royong yang dalam istilah mereka disebut sebagai ‘sambatan’. Memahami akar budaya sambatan dalam tata cara berkomunikasi tradisional di antara mereka dalam proses pemberdayaan kehidupan masyarakat setelah bencana inilah yang menjadi kajian dan pembahasan yang sangat urgen yang dianalisis dalam penelitian ini.

Menurut Moleong (2000) penelitian yang didasarkan kepada masalah dan lebih menekankan pada suatu proses berada dalam ranah pendekatan penelitian kualitatif. Pendekatan tersebut digunakan dengan pertimbangan-pertimbangan:

- a. penelitian kualitatif menyajikan bentuk yang holistik (menyeluruh) dalam menganalisis suatu fenomena;
- b. penelitian jenis ini lebih peka menangkap informasi kualitatif diskriptif, dengan secara relatif tetap berusaha mempertahankan keutuhan (wholeness) dari obyek, artinya bahwa data yang dikumpulkan dalam rangka studi kasus dipelajari sebagai keseluruhan yang terintegrasi (Vredenberg, 1983).

Dalam penelitian ini maka informan dipilih melalui cara sengaja (*purposive sampling*), yakni peneliti memilih informan. Informan dalam penelitian ini adalah para pimpinan dan staf dari Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD Kabupaten Klaten Jawa Tengah, para tokoh masyarakat dan para korban bencana yang menimpa di Kabupaten Klaten Jawa Tengah. Mereka semua dianggap mengetahui permasalahan yang diteliti. Pemilihan informan kemudian berkembang seperti bola salju (*snow ball sampling*) sesuai kebutuhan dan kemandirian peneliti dalam pengumpulan data.

Sebagai cara pengumpulan data menggunakan: observasi langsung (partisipasi pasif), wawancara mendalam (*indepth interview*) dan analisis dokumentasi (Sugiyono, 2013). Sementara analisis dan kevalidan data menggunakan teknik triangulasi sumber.

Pembahasan

Daerah yang paling parah terkena dampak erupsi Gunung Merapi di Kabupaten Klaten adalah Desa Balerante, Sidorejo, Kecamatan Kemalang. Jumlah korban material secara total diperkirakan mencapai Rp 1.487.272.680,00. Sedangkan tingkat kehancuran wilayah dapat

diklasifikasikan menjadi tiga yaitu cukup parah, parah, dan sangat parah dimana hampir semua bangunan dan pohon tertutup dengan material erupsi gunung Merapi (Herutomo dan Istiyanto, 2015).

Pada dasarnya tingkat kehancuran akibat bencana dapat diklasifikasikan menjadi tiga kawasan yaitu Kawasan Rawan Bencana I (KRB I), KRB II, dan KRB III. Kawasan yang termasuk KRB III merupakan kawasan yang paling dekat dengan erupsi Gunung Merapi, maka tingkat kehancurannya yang paling massif, mengenai hampir seluruh bangunan yang rata dengan material erupsi Merapi.

Setelah terjadi bencana dan diluncurkan program pembangunan kembali wilayah yang menjadi korban oleh pemerintah daerah dalam hal ini oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kabupaten Klaten dan Provinsi Jawa Tengah. Badan ini merupakan lembaga pemerintah non-departemen yang melaksanakan tugas penanggulangan bencana di daerah baik provinsi maupun Kabupaten/ Kota dengan berpedoman pada kebijakan yang ditetapkan oleh Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB).

Melalui koordinasi antara Bappeda dan BPBD provinsi dan kabupaten dimulai dengan membuat perencanaan aksi untuk empat kabupaten yaitu Kabupaten Boyolali, Kabupaten Klaten, Kabupaten Magelang, dan Kabupaten Sleman. Perencanaan aksi itu adalah kegiatan yang harus dilakukan setelah adanya erupsi, salah satunya adalah tahap awal bagaimana pemulihan mula dilakukan pada sebuah wilayah. Proses ini sering ditandai dengan adanya kegiatan observasi lokasi seperti melihat kondisi geografis, topografis dan karakter masing-masing wilayah yang terkena dampak erupsi Merapi. Tahap berikutnya adalah pemberian bantuan sebagai sarana penjaan kehidupan masyarakat.

Adanya korban erupsi Gunung Merapi menjadikan masyarakat menerima banyak bantuan dari lembaga nonpemerintah seperti bantuan untuk kembali mampu berusaha bagi Kepala Keluarga (KK) yang memiliki usaha, dan yang terakhir pemberian hewan ternak sapi. Tersedianya bantuan yang dapat dikembangkan menjadi lebih baik, dikarenakan selalu melibatkan masyarakat. Partisipasi ini bukanlah sesuatu yang bersifat asing buat masyarakat yang menjadi korban erupsi Gunung Merapi, namun justru memperkuat basis kerja sama dalam bentuk gotong royong khas masyarakat, seperti 'sambatan'. Salah satu contoh saling membantu dalam kegiatan 'sambatan' adalah dalam memperbaiki rumah tanpa mendapat upah sebagai nilai kearifan lokal.

Adanya erupsi Gunung Merapi ternyata membawa hikmah tersendiri bagi masyarakat yaitu menguatnya kembali kearifan lokal masyarakat sekitar gunung Merapi yang sebelumnya dirasa agak pudar. Kearifan lokal tersebut sebenarnya telah ada dan menjadi warisan leluhur. Kegiatan ‘sambatan’ ini dimaknai sebagai aktivitas gotong royong untuk membantu orang lain, khususnya yang menjadi korban bencana erupsi Gunung Merapi seperti: membangun rumah, membuat kandang ternak, mencari pakan ternak tanpa diberi upah.

Hidup dalam wilayah tradisional dan memiliki kontak sosial yang erat antara satu dan yang lainnya menjadikan anggota masyarakatnya selalu saling menyapa, bekerjasama, tolong menolong hingga terkadang memiliki rasa kesamaan dan sepenanggungan. Bentuk rasa kesamaan dan sepenanggungan ini merupakan bentuk khas ‘sambatan’ itu sendiri. ‘Sambatan’ adalah salah satu tradisi yang sampai hari ini tetap terjaga eksistensinya secara umum di dalam masyarakat pedesaan. Meskipun dikarenakan ada beberapa variabel yang dapat menjadikan tradisi yang bersumber dari nilai-nilai luhur masyarakat juga mengalami penurunan nilai pelaksanaannya bila tidak disebut sebagai proses memudar.

“Sambatan” berasal dari kata “sambat” yang berarti meminta bantuan atau pertolongan kepada orang lain. Tradisi sambatan atau di masyarakat sering disebut juga “nyambat” adalah tradisi untuk meminta pertolongan kepada warga masyarakat yang bersifat massal untuk membantu keluarga yang sedang memiliki keperluan atau sedang terkena musibah. Pada masyarakat yang terkena erupsi Gunung Merapi tradisi ‘sambatan’ kembali menguat dan berwujud dalam bentuk yang paling dasar.

Dalam pelaksanaannya ‘sambatan’ merupakan salah satu bentuk kegiatan pelibatan masyarakat atau merupakan partisipasi aktif yang telah ada di masyarakat itu sendiri. Tradisi yang bersumber dari nilai-nilai kearifan lokal dapat terjadi meski dirasa agak mengalami penurunan kualitas, dikarenakan adanya internalisasi pewarisan nilai-nilai dari satu generasi ke generasi berikutnya. Ini sesuai dengan pendapat Istiyanto (2014) yang menyebutkan bahwa nilai-nilai luhur secara tradisional lebih nyata dan sering berwujud kepada bentuk pewarisan yang berjalan secara alami antar generasi. Dalam kegiatan yang riil maka pewarisan ini dilakukan dalam bentuk komunikasi tradisional yang ada dan digunakan secara terus menerus sehingga mengakar dalam nilai tradisi yang susah dipisahkan dari kehidupan masyarakat sehari-hari.

Dalam kasus masyarakat yang menjadi korban erupsi Gunung Merapi nilai-nilai ‘sambatan’ berwujud dalam program pembangunan untuk memulihkan kehidupan masyarakat. Adanya bantuan dari pemerintah daerah dan lembaga-lembaga lainnya menjadikan nilai ini semakin terlihat. Dalam contohnya nilai ‘sambatan’ mampu menggerakkan masyarakat dalam bentuk membuat kandang khusus untuk hewan ternak yang jauh dari kawasan evakuasi, pembangunan jalur evakuasi di daerah Balerante, mengadakan program jamur tiram dan pemeliharaan hewan ternak seperti sapi dan kambing, memperbaiki rumah mereka yang terkena bencana erupsi.

“Sambatan’ ini dapat diartikan sebagai bentuk partisipasi dari masyarakat yang dianggap sebagai sesuatu yang penting dalam setiap program yang diadakan, karena program pembangunan ini memang khusus diperuntukkan bagi masyarakat yang terkena bencana erupsi Gunung Merapi dan membutuhkan bantuan baik secara fisik maupun nonfisik. Tingkat partisipasi masyarakat yang menjadi korban di Kabupaten Klaten nampaknya sesuai dengan pendapat dari Mikkelsen (2003: 64) yang menjelaskan adanya kontribusi secara sukarela dari masyarakat kepada program pembangunan yang direncanakan.

Penutup

Dalam program pembangunan kembali wilayah pasca bencana erupsi Gunung Merapi di Kabupaten Klaten bersumber dari nilai-nilai kearifan lokal yang hidup secara turun temurun di masyarakat pedesaan. Nilai tradisional ini dikenal sebagai ‘sambatan’ yang mampu melibatkan keterlibatan masyarakat untuk mau bekerja sama kembali membangun wilayah mereka sendiri. Nilai ini berjalan melalui bentuk komunikasi tradisional yang ada dan diwariskan antar generasi, yang langsung maupun tidak langsung mampu memberdayakan potensi masyarakat untuk dapat hidup lebih baik setelah terkena bencana. Nilai-nilai tradisional berwujud dikarenakan adanya internalisasi dari generasi sebelumnya. Bentuk pewarisan ini dijaga dan dikembangkan melalui bentuk komunikasi tradisional yang ada di masyarakat itu sendiri. Beberapa bentuk pemberdayaan yang dilakukan adalah membuat kandang khusus untuk hewan ternak yang jauh dari kawasan evakuasi, pembangunan jalur evakuasi di daerah Balerante, mengadakan program jamur tiram dan pemeliharaan hewan ternak seperti sapi dan kambing, memperbaiki rumah mereka yang terkena bencana erupsi.

Daftar Pustaka

- Herutomo, Ch dan Istiyanto, S. Bkti. 2015. *Program Pemulihan Ekonomi Masyarakat Pasca Bencana Erupsi Gunung Merapi di Kabupaten Klaten Jawa Tengah*. Diakses dalam https://www.academia.edu/30960042/Program_Pemulihan_Ekonomi_Masyarakat_Pasca_Bencana_Erupsi_Gunung_Merapi_di_Kabupaten_Klaten_Jawa_Tengah.
- Istiyanto, S. Bkti. 2018. *Etnografi Komunikasi Komunitas Masyarakat Yang Terlupakan*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Mikkelsen, Britha. 2003. *Metode Penelitian Partisipatoris dan Upaya-Upaya Pemberdayaan: Sebuah Buku Pegangan Bagi Para Praktisi Lapangan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Moleoeng, Lexy J. 2000. *Metode Penelitian Kualitatif*. Cetakan ke-12. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Setiyadi, Yudi. 2014. *Sambatan, Wujud Kearifan Lokal Masyarakat Desa*. Diakses dalam <https://www.kompasiana.com/injongyudi/5528274cf17e61f61d8b463b/sambatan-wujud-kearifan-lokal-masyarakat-desa>
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendi, Adi. 2010. *Korban Tewas Letusan Gunung Merapi Menjadi 194*. Diakses dalam <http://www.tribunnews.com/regional/2010/11/11/korban-tewas-letusan-gunung-merapi-menjadi-194>.
- Vredenberg, J. 1983. *Metode dan Teknik Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia.

Membangun Sinergi Antara Masyarakat, Alam dan Budaya Kawasan Pantai “Sayang Heulang” Untuk Terwujudnya Wisata Berbasis Kearifan Lokal

Nuryah Asri Sjaifirah, Efi Fadila, Achmad Abdul Basith

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran

e-mail: nuryah.asri@unpad.ac.id, efi@unpad.ac.id, a.a.basith@unpad.ac.id

Pendahuluan

Kawasan pantai sepanjang Jawa Barat bagian selatan menyimpan potensi besar untuk menjadi objek wisata alternatif, apalagi dengan ditemukan banyak obyek wisata pantai baru yang indah tapi belum dikenal masyarakat luas. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Sekolah Bisnis dan Manajemen ITB, di Jawa Barat bagian selatan terdapat 147 pantai baru yang berpotensi menjadi objek wisata alternatif. Objek wisata tersebut memiliki keindahan alam yang luar biasa namun belum dikenal baik oleh masyarakat¹. Satu diantaranya adalah Pantai Sayang Heulang di Garut Selatan.

Sebagaimana diungkapkan ketua Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPPD) Jawa Barat, Cecep Rukmana, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata pemerintah Provinsi Jawa Barat akan fokus menggarap pariwisata di Kawasan Jabar Selatan pada tahun 2018 dan 2019². Sejak tahun 2008 sampai sekarang pemerintah provinsi Jawa Barat terus membangun infrastruktur untuk mengoptimalkan berbagai potensi dan mendongkrak pertumbuhan ekonomi di kawasan tersebut.

Menurut Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, Ida Hernida, promosi pariwisata akan banyak diarahkan pada kawasan Jabar Selatan untuk meningkatkan animo wisatawan domestik maupun dari luar negeri untuk berkunjung ke kawasan tersebut³. Wisata

¹ <http://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/2017/12/20/ada-147-pantai-baru-di-selatan-jawa-barat-416271>

² <https://ekbis.sindonews.com/read/1267179/34/disparbud-fokus-garap-pariwisata-jabar-selatan-1513697687>

³ <https://ekbis.sindonews.com/read/1267179/34/disparbud-fokus-garap-pariwisata-jabar-selatan-1513697687>

bahari di Sayang Heulang sebagai salah satu pantai di Jabar Selatan belum mengeksplorasi kekayaan budaya/ kearifan lokal masyarakat padahal budaya apabila dikemas secara khas dan menarik akan menjadi kekuatan dan display penting untuk menonjolkan kekuatan pariwisata.

Kearifan lokal adalah gagasan, nilai, pandangan yang bernilai bijaksana, penuh kearifan, tertanam di masyarakat dan memiliki nilai bagi masyarakat setempat. Kearifan lokal merupakan jembatan untuk membangun sinergi antara masyarakat, budaya dan alam. Potensi kearifan lokal di Pantai Sayang Heulang Garut Selatan harus dieksplorasi dan dipetakan dalam rangka pengembangan wisata bahari.

Beberapa kajian terkait dengan konteks ini adalah penelitian yang dilakukan Nuryah Asri Sjafirah dan Dian Wardiana Sjuchro (2017) mengenai Pemetaan Potensi Kearifan Lokal dalam Pengembangan Wisata Alam dan Budaya di Kabupaten Bandung Barat (KBB) menyimpulkan bahwa pariwisata berbasis kearifan lokal mengajarkan kepada masyarakat etika dan nilai moral seperti gotong royong, toleransi, menjaga, dan melestarikan alam, serta menghargai kebudayaan sendiri dengan menjaga, dan mentransformasikan kebudayaan tersebut. Strategi komunikasi bertujuan meyakinkan opini publik, membentuk sikap dan perilaku masyarakat.

Kabupaten Bandung Barat memiliki beberapa kendala dalam pengembangan potensi pariwisata alam dan budaya diantaranya: 1) belum optimalnya pengelolaan budaya sebagai asset yang sangat berharga menjadi daya tarik yang khas untuk mengundang kunjungan dan perhatian dari luar daerah dan dunia internasional. 2) Belum optimalnya pengembangan daya tarik wisata kearifan lokal, 3) Belum optimalnya upaya pemasaran dan promosi pariwisata, sistem manajemen pariwisata baik pemerintah, masyarakat dan pelaku usaha di bidang pariwisata yang masih lemah. 4) Stagnasi pengembangan produk pariwisata karena terbatasnya investasi di bidang pariwisata, 5) Kurang meratanya persebaran kunjungan wisata dan tingginya pada destinasi di Kota Bandung dan Kabupaten Bandung.

Lebih lanjut Nuryah Asri Sjafirah, Dian Wardiana Sjuchro dan Heru Ryanto Budiana (2017) melakukan kajian tentang Sinergi Pemerintah dan Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Suntenjaya sebagai *Community Based Tourism*. Mengacu pada artikel tersebut komunikasi merupakan kata kunci untuk mewujudkan *Community Based Tourism*.

Pelaksanaanya konsep *Community Based Tourism* ini tergantung pada kemampuan pemimpin masyarakat dalam hal ini pemerintah setempat untuk merangkul masyarakat agar dapat berpartisipasi dalam konteks pembangunan desa wisata yang berkelanjutan. Pengembangan Desa Wisata Suntenjaya diharapkan dapat memberikan *multiplier effect* yaitu meningkatkan pendapatan asli daerah dan pendapatan masyarakat Suntenjaya. Pada akhirnya mengembangkan desa wisata Suntenjaya / Batu Loceng dengan warisan budayanya merupakan upaya pemerintah dan masyarakat dalam melestarikan kearifan lokal di Desa Suntenjaya/ Batu Loceng.

Pembahasan

Berdasarkan data yang diperoleh dari Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Garut, Budi Gan Gan Gumilar, Kabupaten Garut memiliki empat kebijakannya dalam pembangunan pariwisata yaitu:

1. Kebijakan pembangunan pariwisata
2. Pembangunan industri pariwisata
3. Kelembagaan dan sumberdaya manusia
4. Promosi pariwisata

Mengacu pada strategi pembangunan 4 pilar, Pembangunan pariwisata, Kabupaten Garut menggunakan strategi: Aksesibilitas, atraksi dan amenitas. Lebih lanjut Budi menyatakan, aksesibilitas menjadi keniscayaan. Atraksi wisata itu tidak berbicara soal pertunjukan seninya saja tapi juga atraksi menjadi daya tarik dan apa yang ada di dalamnya. Amenitas adalah sarana prasarana seperti penginapan, mushola, dan lain-lain. Pembangunan industri pariwisata Kabupaten Garut berada di hilir, pemerintah tidak membangun pabriknya. Tapi pemerintah memanfaatkan produk-produk yang ada di Garut, dari usaha mikro, kecil menengah dan besar. Sehingga produk itu menjadi produk yang akan dijual ke wisatawan. Pemerintah masuk pada area pengemasan, *packaging* menjadi standar yang akan dijual ke wisatawan. Selanjutnya soal kelembagaan, pemerintah mendorong terus masyarakat untuk membangun dan megembangkan Kompepar, Pokdarwis, PHRI, ICA, Badan Promosi Pariwisata, dan lain-lain. Tantangan berikutnya adalah membangun karakter dan budaya pariwisata di setiap daerah wisata yang dikembangkan

Pembangunan lainnya adalah pada bidang sumberdaya manusia, hal ini terkait dengan standarisasi pelayanan, pemahaman dan implementasi Sapta Pesona. Pembangunan Sumber daya manusia harus berkelanjutan, karena setiap generasi selalu ada perbedaan. Sementara itu pada aspek pemasaran, pemerintah Kabupaten Garut melakukan pengemasan dari produk yang tadi dipasarkannya melalui rumus BAS: *Branding, Advertising, Selling*. Branding Kabupaten Garut dalam pariwisata menggunakan “**Pesona Garut**” branding sebelumnya adalah “**Jelajah Garut**”.

Terkait dengan pengembangan wisata bahari Garut Selatan, setelah aspek kebijakan, Budi Gan Gan membahas prioritas program pengembangan wisata. sebagai cara untuk mengatur indikator kinerja maka pemerintah Kabupaten Garut mengaturnya dan disesuaikan dengan kemampuan anggaran. Apabila dilihat berdasarkan minat tujuan wisata masyarakat yang paling banyak adalah berwisata ke pantai. Pada saat ini Pemerintah Kabupaten Garut memberikan prioritas untuk pengembangan Pantai Sayang Heulang. Berikut alasan yang mengemuka berdasarkan wawancara:

1. Kepemilikan lahan kawasan Sayang Heulang masih berstatus milik tanah negara.
2. Kondisi masyarakat Sayang Heulang dipandang pemerintah setempat masih mudah untuk diberikan arahan untuk membangun, “Masyarakat juga *in line*. Jadi apabila pemerintah melakukan treatment dengan Sapta Pesona, lebih mudah dilakukan”. Pemerintah menjanjikan pembangunan Sayang Heulang dengan syarat “apabila masyarakat bersikap patuh, maka pembangunan akan berjalan lebih optimal dan masyarakat menerima hal tersebut”
3. Kondisi alam Pantai Sayang Heulang sangat indah dan relatif sangat mudah dikembangkan, Bentang alam di Kawasan Sayang Heulang sangat kaya apabila dieksplorasi.

Sementara menurut penjelasan Disparbud Garut dan kepala UPTD Sayang Heulang, di Kawasan wisata Sayang Heulang sedang dibangun area atraksi yaitu kolam laut. Hal ini dilakukan, mengingat Pantai sayang Heulang tidak bisa digunakan untuk berenang, untuk menarik minat kunjungan wisatawan maka dibangun kolam laut. Kolam tersebut masih dalam proses pembangunan. Anggaran untuk pengembangan Sayang Heulang sudah diprioritaskan oleh pemerintah

kabupaten Garut, tapi kondisi pembangunan masih tertatih-tatih. Idealnya sebuah prioritas, maka anggarannya juga harus lebih banyak, sayangnya minimnya mata anggaran membuat progress pembangunan kolam laut tersebut belum terlihat jelas. Sumber anggaran pembangunan tersebut diperoleh dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) dan Dana Alokasi Khusus (DAK). Sementara itu *branding* Sayang Heulang adalah “**Sayang Heulang Cantik**”.

Sumberdaya alam merupakan atribut alam yang bersifat netral, sampai ada campur tangan manusia dari luar untuk mengubahnya agar dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan manusia. Sementara itu dalam konteks pariwisata, sumberdaya diartikan sebagai segala sesuatu yang mempunyai potensi untuk dikembangkan guna mendukung pariwisata, baik secara langsung maupun tidak langsung. Sumberdaya yang terkait dengan pengembangan pariwisata di Pantai Sayang Heulang Garut Selatan umumnya berupa sumber daya alam, sumber daya budaya dan sumber daya manusia.

Sayang Heulang memiliki sabana yang dinamakan Bukit Teletubbies, kawasan perbukitan ini konon rumputnya tidak pernah kering walaupun kemarau Panjang. Menurut hasil penelitian jenis rumputnya sama dengan rumput yang ada di Pulau Christmas Australia. Selain tidak pernah kering, rumputnya selalu terlihat rapih alami tanpa harus dipotong/dipangkas. Dari puncak bukit ini wisatawan bisa memandang laut lepas atau kawasan pertanian di seputar kawasan pantai Sayang Heulang. Bukit teletubbies menjadi bentang alam yang sangat memikat hati para pengunjung, apalagi wisatawan bisa menikmati panorama matahari dikala terbit atau terbenam dengan udara yang sangat segar. Banyak wisatawan yang berkemah sepanjang malam untuk menikmati bentang alam Bukit Teletubbies

Sayang Heulang terkenal dengan petani rumput laut yang membentang sepanjang garis pantainya. Selain itu Pantai Sayang Heulang memiliki pantai yang khas karena tersusun oleh batuan karang yang luas, sehingga membuat pantai ini sulit untuk digunakan berenang. Terdapat anomali air laut, yaitu mengalirnya air laut ke sungai yang terjadi di beberapa titik pantai karena perbedaan jenis buih ombak. Suhu dan kelembaban udara di Pantai Sayang Heulang masih terbilang nyaman. Terdapat peternakan sapi yang dikelola penduduk setempat dan digembala secara bebas. Selain itu kawasan Sayang Heulang memiliki lintasan trekking untuk para pencinta alam.

Marfai (2013: 33) menyatakan kearifan lokal merupakan suatu penyikapan dari bentuk-bentuk respon dari interaksi manusia dan lingkungan, kearifan lokal merupakan bentuk etika lingkungan yang ada pada siklus kehidupan masyarakat. Pada tataran ini kearifan lokal merupakan bagian yang nyata dari bentuk implementasi etika lingkungan itu sendiri. Kearifan dalam hal ini merupakan perwujudan seperangkat pemahaman dan pengetahuan yang mengalami proses perkembangan oleh suatu kelompok masyarakat setempat atau komunitas yang terhimpun dari proses dan pengalaman panjang dalam berinteraksi dalam satu sistem dan dalam ikatan hubungan yang saling menguntungkan.

Budaya memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan pariwisata di kawasan Pantai Sayang Heulang Garut Selatan. Kondisi ini dikarenakan salah satu alasan yang menyebabkan orang ingin melakukan perjalanan wisata adalah adanya keinginan untuk melihat cara hidup dan budaya orang lain di belahan dunia lain serta keinginan untuk mempelajari budaya orang lain tersebut. Oleh karena itu sumber daya budaya dimungkinkan untuk menjadi faktor utama yang menarik wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata di Pantai Sayang Heulang Garut Selatan.

Pariwisata dengan memperhatikan aspek budaya Sayang Heulang memberikan variasi yang luas menyangkut budaya mulai dari makanan khas yaitu seafood mata sapi, sejarah Sayang Heulang, cara menggembala sapi. Pariwisata budaya dapat dilihat sebagai peluang bagi wisatawan untuk mengalami, memahami, dan menghargai karakter dari destinasi Sayang Heulang. Pariwisata yang menekankan aspek budaya memberikan kesempatan kontak wisatawan secara pribadi/ langsung dengan masyarakat lokal di kawasan Sayang Heulang. Sumber budaya yang dikembangkan menjadi daya tarik wisata Sayang Heulang diantaranya adalah sebagai berikut: Situs sejarah, terkait dengan tempat petilasan Prabu Geusan Ulan. Situs-situs alam yang digunakan untuk ritual beberapa lapisan masyarakat. Kegiatan dan cara hidup masyarakat lokal, sistem bercocok tanam, teknologi tradisional dalam menangkap ikan, cara kerja dan sistem kehidupan setempat seperti cara menggembala ternak sapi. Tidak kalah menarik adalah kuliner (masakan) setempat yaitu makanan laut yang dikenal dengan nama mata sapi.

Sumber daya manusia merupakan komponen vital dalam pembangunan pariwisata Sayang Heulang, mengacu pada pendapat kepala UPTD Sayang Heulang, masyarakat kawasan ini sekarang lebih kooperatif untuk diajak kerjasama dalam pengembangan kawasan wisata.

Kondisi ini dikarenakan mayoritas penduduk berprofesi sebagai pedagang yang sama-sama bergantung pada roda pariwisata Sayang Heulang. Masyarakat yang tergabung dalam kelompok sadar wisata (Pokdarwis) senantiasa melakukan sinergi dengan pemerintah, masyarakat lainnya dan terutama dengan pihak UPTD Sayang Heulang.

Local genius, indegenius knowledge atau *local wisdom* dapat digali secara ilmiah dari produk kultural, dengan interpretasi yang mendalam. Sebagai produk kultural, tradisi budaya mengandung berbagai hal yang menyangkut hidup dan kehidupan komunitas pemiliknya, misalnya system nilai, kepercayaan dan agama, kaidah-kaidah sosial, etos kerja, bahkan cara dinamika sosial itu berlangsung (Pudentia, dalam Hasanah, 2016:5) Dengan kata lain, tradisi budaya sebagai warisan leluhur mengandung kearifan lokal (*local wisdom* yang dapat dimanfaatkan dalam pemberdayaan masyarakat untuk membentuk kedamaian dan meningkatkan kesejahteraan.

Penutup

Sumberdaya merupakan atribut alam yang bersifat netral, sampai ada campur tangan manusia dari luar untuk mengubahnya agar dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan manusia. Sementara itu dalam konteks pariwisata, sumberdaya diartikan sebagai segala sesuatu yang mempunyai potensi untuk dikembangkan guna mendukung pariwisata, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Sumberdaya yang terkait dengan pengembangan pariwisata di Pantai Sayang Heulang Garut Selatan umumnya berupa sumber daya alam, sumber daya budaya dan sumber daya manusia. Peran penting komunikasi bukan hanya pada komponen pemasaran pariwisata namun pada semua komponen dan elemen pariwisata memerlukan peran komunikasi. Komunikasi dalam dunia pariwisata diperlukan untuk pemasaran pariwisata, mengkomunikasikan destinasi dan sumber daya kepada wisatawan dan seluruh stakeholder termasuk membentuk kelembagaan pariwisata.

Daftar Pustaka

Hasanah, Aan, dkk. 2016. Nilai-Nilai Karakter Sunda: Internalisasi Nilai-Nilai Antariksa, Basuki. Kebijakan Pembangunan Kepariwisataaan. Malang: Intrans Publishing

- Judisseno, Rimsky K. 2017. *Aktivitas dan Kompleksitas Kepariwisata. Mengkaji Kebijakan Pembangunan Kepariwisata*. Jakarta: Gramedia
- Marfai, Muh. Aris. 2013. *Pengantar Etika Lingkungan dan Kearifan Lokal*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Rudito, Bambang dan Melia Famiola. 2013. *Social Mapping : Metode Pemetaan Sosial. Teknik Memahami Suatu Masyarakat atau Komuniti*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Sedarmayanti. 2014. *Membangun dan Mengembangkan Kebudayaan dan Industri Pariwisata*. Bandung: Refika Aditama.
- Sjafirah, Nuryah Asri dan Dian Wardiana Sjuchro (2017) *Kajian tentang Pemetaan Potensi Kearifan Lokal dalam Pengembangan Wisata Alam dan Budaya di Kabupaten Bandung Barat (KBB)*
- Sjafirah, Nuryah Asri dan Dian Wardiana Sjuchro, Heru Ryanto Budiana (2017) *kajian tentang Sinergi Pemerintah dan Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Suntenjaya sebagai Community Based Tourism*
- <http://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/2017/12/20/ada-147-pantai-baru-di-selatan-jawa-barat-416271>
- <https://ekbis.sindonews.com/read/1267179/34/disparbud-fokus-garap-pariwisata-jabar-selatan-1513697687>

Pemenuhan Kebutuhan Informasi dan Pemilihan Saluran Komunikasi Yang Efektif Bagi Komunitas “Forum Petani Sipirok” di Kabupaten Tapanuli Selatan

Syafruddin Pohan, Lusiana Andriani Lubis

Universitas Sumatera Utara

e-mail: pohansyafruddin@usu.ac.id

Pendahuluan

Forum Petani Sipirok (FPS) berdiri tahun 2018 yang berawal dari gagasan untuk memerangi dan mengatasi kesenjangan berbagai informasi di antara petani. Herman Harahap dan Ibrahim Hutasuhut merealisasikan gagasan tersebut dengan membuat akun di Facebook (FB) tahun 2016. Kedua petani yang bermukim berbeda kecamatan di Kabupaten Tapanuli Selatan itu membuat akun di FB pada 6 Desember karena jengkel dengan ulah tengkulak yang memainkan harga panen petani. Konten Facebook dirancang agar para petani yang berada di seluruh Kabupaten Tapanuli Selatan dapat mengetahui informasi tentang harga cabe, hama tanaman, sarana promosi bibit, inovasi alat-alat pertanian dan juga masalah-masalah sosial seperti kemalangan (Wawancara dengan Herman Harahap, Juni 2019).

Konstataasi paragraf di atas berhubungan dengan hasrat dan pemenuhan kebutuhan informasi khalayak atau konsumen media (*uses and gratification media*). Hal ini digambarkan Katz, Blumler dan Gurevitch (Saverin dan Tankard, 2001: 355-356) berjalan dengan langkah-langkah: (1) asal usul sosial dan psikologis; (2) kebutuhan yang melahirkan ; (3) harapan-harapan akan; (4) media massa dan sumber media lainnya mengarah kepada; (5) berbagai pola paparan media yang berbeda yang menghasilkan; (6) gratifikasi kebutuhan maupun; (7) konsekuensi-konsekuensi yang diniatkan mapun tidak.

Melihat besarnya animo petani dan potensi informasi dari media sosial tersebut, ide kemudian berlanjut dengan mendirikan organisasi di dunia nyata dengan nama yang sama--Forum Petani Sipirok (FPS). FPS ini diinisiasi sebagai wadah perkumpulan petani yang bepusat di Sipirok, ibukota Kabupaten Tapanuli Selatan. Kota Sipirok berjarak sekitar 350 kilometer dari Kota Medan Provinsi Sumatera Utara.

Kabupaten Tapanuli Selatan terletak pada garis 0o58'35" - 2o07'33" Lintang Utara dan 98o42'50" - 99o34'16" Bujur Timur. Sipirok merupakan salah satu dari 14 kecamatan yang ada, dan termasuk kecamatan terluas dengan jumlah penduduk sebesar 31.245 jiwa (Tapanuli Selatan Dalam Angka Tahun 2017). Kecamatan ini juga tercatat sebagai penghasil cabe terbesar di Tapanuli Selatan. Prediksi penulis dengan tingginya hasrat individu mencari pengetahuan dengan media dan saluran yang tersedia berbagai jenis dan saluran medianya dalam wadah FPS, para petani FPS berpotensi menjadi sentra penghasil tanaman hortikultura (buah-buahan, sayuran dan bunga).

Sebagaimana kajian Nuryani (2013) pada Asosiasi Petani Tembakau Indonesia (APTI) Temanggung yang mengkaji strategi komunikasi yang dikembangkan oleh APTI Temanggung Temanggung, meskipun belum memiliki rancangan strategi komunikasi secara tertulis, tetapi sudah memperhatikan dan menerapkan enam elemen pemenuhan komunikasi yaitu: memiliki tujuan, khalayak sasaran, perilaku yang diinginkan, pesan, media yang kredibel, dan evaluasi (Nuryanti, 2013: *Electronic Theses and Dissertations (ETD) Gadjah Mada University*).

Pasalnya, penggunaan media hampir tidak dapat dielakkan dalam kehidupan manusia saat ini. Pakah seseorang berada di rumah, kantor, saat bepergian, berjalan atau berolahraga dan di taman orang selalu menggunakan media. Jika pada beberapa tahun ke belakang di mana internet sebagai media komunikasi belum berkembang, pemilihan media mungkin hanya terbatas pada media konvensional seperti radio, TV, surat kabar, majalah, dan buku.

Namun pada era digital sekarang ini, pemilihan media menjadi lebih kompleks karena bertambahnya media baru seperti media dalam jaringan (*online*) dan tentunya media sosial. Masifnya berbagai macam media yang ada menuntut manusia untuk dapat mengambil keputusan memilih media yang tepat guna memenuhi kebutuhan kita masing-masing. Dalam tradisi kajian media, hal ini dikenal dengan *uses and gratifications*. Bagi Littlejohn perkembangan teori ini sekarang tidak lagi berfokus pada pesan pada kelompok masyarakat, tetapi pada konsumen. "*The theory focus on consumer—the audience member—rather than the messages...*" (Littlejohn, 017: 174).

Secara umum, pendekatan *uses and gratifications* adalah sebuah pendekatan untuk memahami mengapa orang secara aktif mencari

media yang khusus yang dapat memenuhi kebutuhan informasinya. Pendekatan *uses and gratifications* merupakan salah satu pendekatan untuk memahami komunikasi yang berpusat pada khalayak. Berbeda dengan teori komunikasi lainnya yang berpusat pada apa yang dilakukan media pada khalayak, pendekatan *uses and gratifications* menitikberatkan pada apa yang dilakukan oleh orang terhadap media. Bagaimana *uses and gratifications* berkembang, asumsi apa yang mendasarinya serta relevansinya dengan media baru yang terdapat pada proses komunikasi Forum Petani Sipirok (FPS).).

Dalam tradisi kajian media diketahui bahwa penelitian *uses and gratifications* tidak menawarkan suatu teori yang koheren dari penggunaan media. Lebih dari pada itu, *uses and gratifications* dipandang sebagai sekumpulan pemahaman yang melengkapi hubungan antara penggunaan media dan kepuasan media. *Uses and gratifications* lebih berorientasi psikologis dalam arti sebagai cara untuk mengembangkan pemahaman tentang fungsi-fungsi psikologis penggunaan media oleh manusia.

Bagi Katz, Gurevitch, dan Haas, seperti dikemukakan oleh Effendy (1993:294), model *Uses and Gratifications* dimulai dengan lingkungan sosial (*social environment*) yang menentukan kebutuhan informasi. Lingkungan sosial tersebut meliputi ciri-ciri afiliasi kelompok dan ciri-ciri kepribadian. Kebutuhan konsumen/individu dikategorikan sebagai:

1. Kebutuhan Kognitif (*Cognitive needs*). Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan; juga memuaskan rasa penasaran kita dan dorongan untuk penyelidikan kita.
2. Kebutuhan Afektif (*Affective needs*). Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan, dan emosional.
3. Kebutuhan personal integratif (*Personal integrative needs*). Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, status individual dan harga diri.
4. Kebutuhan sosial secara integratif (*Social integrative needs*). Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman, dunia dan hal terkait pada hasrat untuk berfiliasi.

5. Kebutuhan pelepasan (*Escapist needs*). Kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindari tekanan, ketegangan, dan hasrat akan keanekaragaman.

Itu artinya khalayak aktif melakukan pemilihan media untuk memuaskan kebutuhannya. Misalnya, jika ia membutuhkan informasi, maka ia akan memilih membaca surat kabar, menonton televisi, mendengarkan radio, atau media apa pun yang menurutnya dapat memuaskan kebutuhannya akan informasi. Hal ini berlaku juga bagi khalayak yang melakukan pemilihan media untuk memenuhi kebutuhannya akan hiburan, relaksasi dan lain-lain.

Dengan kata lain, khalayak menggunakan media karena didasari oleh motif-motif tertentu. Perbedaan pola pemilihan media pada akhirnya menuju pada perbedaan pola terpaan media media serta efek yang ditimbulkan.

Artikel ini bersumber dari data penelitian yang dilakukan pada bulan Juni 2019 dengan menyebarkan sebanyak 108 kuesioner kepada seluruh anggota FPS baik dari kelompok tani (poktan) dan juga dari anggota perorangan (non-poktan). Pertanyaan yang diajukan kepada responden (anggota FPS) terdiri dari isu penting antara lain: (1) afiliasi keanggotaan (poktan dan non-poktan), (2) urgensi adanya FPS, (3) alasan bergabung dalam organisasi FPS, (4) proses komunikasi kelompok tani/non-poktan untuk bergabung di FPS, (5) media yang dipakai untuk menghubungi anggota poktan, (6) frekuensi menghadiri rapat FPS, (7) proses pengambilan keputusan dalam rapat rutin bulanan FPS, (8) prioritas program FPS bagi anggota, dan (9) hal penting yang harus diperjuangkan FPS.

Pembahasan

1. Keanggotaan pada Forum Petani Sipirok

Keunikan yang ada pada organisasi Forum Petani Sipirok (FPS) adalah bahwa sistem keanggotaan yang tercatat secara formal keadministrasiannya ada yang berlatar belakang dari kelompok tani (poktan) yang telah lama eksis dan ada yang tidak memiliki kelompok tani. Saat ini tercatat setidaknya ada 8 (delapan) yang berasal dari poktan Tunas Harapan, Subur, Sidayang, Mawar Sejati, Gorakta, Dalihan Na Tolu, Beringin Jaya dan Aek Biru. Kelompok tersebut beranggotakan mulai dari 1 orang sampai 21 orang dalam satu kelompok. Sementara itu,

diperkirakan ada 25% atau sekitar 25 orang tidak memiliki poktan atau bersifat perorangan.

“Ini salah satu penyebab adanya keanggotaan di FPS yang berasal dari perorangan, karena mereka sebelumnya sudah menjadi anggota grup FPS di Fecebook. Tidak bisa kita tolak, harus kita terima di organisasi FPS”.

(Herman Harahap, Pengurus FPS , Juni 2019).

Dari berbagai forum kelompok tani seperti di Kabupaten Karo, Deli Serdang dan Serdang Bedagai semua keanggotaan yang ada pada forum petani atau asosiasi petani semuanya berfiliasi keanggotaannya dari kelompok tani (poktan).

2. Saluran komunikasi organisasi di FPS

Saluran atau media komunikasi organisasi belakangan ini dipandang sebagai proses dan aktivitas yang dinamis, terus berubah mengikuti perkembangan lingkungan strategisnya (Pohan, 2008 : 26). Menurut Wiryanto, Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi.

Komunikasi organisasi merupakan bentuk pertukaran pesan antara unit-unit komunikasi yang berada dalam organisasi tertentu. Organisasi sendiri terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hirarkis antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. Komunikasi organisasi melibatkan manusia sebagai subjek yang terlibat dalam proses menerima, menafsirkan, dan bertindak atas informasi.

Hal ini tercermin pada fungsi dan kegunaan *smartphone* dan menggunakannya kebanyakan media sosial. Mereka mengaksesnya sebagai sarana mencari informasi dan sekaligus sebagai hiburan dan pengisi waktu luang di sela-sela kesibukan bekerja. Akses media sosial merupakan indikator produktivitas kepemilikan informasi (Widyastuti, Nuswantoro, & Sidhi, 2016).

Dari prosedur dan kaidah teori pemenuhan kebutuhan informasi (*uses and gratification theory*) beberapa simpulan yang dapat diturunkan secara generalisasi deduktifnya adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi dan media dalam aktivitas manusia dan masyarakat berperan sebagai titik sentral.

2. Dalam setiap proses komunikasi, hubungan kemanusiaan merupakan proses yang menyangkut kepribadian, sikap dan tingkah laku yang terjadi pada orang-orang yang terlibat.
3. Orang/anggota FPS memfungsikan komunikasi melalui berbagai saluran antarpribadi, komunikasi kelompok dan komunikasi dengan media sosial (Facebook dan WhatsApp) untuk memenuhi nubuat atau pemenuhan kebutuhan informasinya.
4. Atas dasar pengertian tersebut terlihat bahwa komunikasi dalam suatu organisasi merupakan proses integrasi antar manusia yang bersifat manusiawi yang menuju perasaan lahir batin.

Hasil penelitian

1. Rapat-rapat dan Pertemuan FPS

Rapat pertemuan telah diagendakan secara rutin setiap minggu pertama hari Kamis setiap bulan. Dari data penelitian diketahui rapat rutin tersebut dilakukan berpindah-pindah dari satu lokasi kelompok tani ke kelompok tani lainnya yang pada umumnya tersebar di 40 desa/kelurahan yang ada di Kecamatan Sipirok.

Rapat rutin FPS disosialisasikan melalui *fanpage* FPS di Facebook dan secara bersamaan dishare ke anggota grup WhatsApp FPS yang tersebar luas.

Fanpage kini banyak diminati dan dikenal luas oleh para pengguna media sosial di Facebook. Fanpage yang saat ini begitu mudah membuatnya dan banyak layanan cara membuatnya dapat diperoleh dari kanal Youtube. Fanpage didesain dengan membubuhkan nama grup, kategori aktivitas dan foto/logo profil yang ingin ditampilkan. Fanpage FPS kini memiliki jumlah anggota sebanyak 825 orang dengan pilihan menu : Obrolan, Pengumuman, Nonton Bareng, Foto, Acara, File dan Album.

Herman Forum Petani Sipirok

Assalamu alaikum.wrwb.Atas nama Forum Petani Sipirok(FPS) kami mengundang kawan2,koum2, anggota forum petani sipirok untuk hadir hari kamis tgl 4 juli 2019.pukul 13.00 wib (siang) s/d selsai. acara pertemuan rutin bulanan(FPS) belajar bersama.tempat Lahan dusun GAROGA Kelompok Tani Aek Biru...untuk acara belajar bersama silaturahmi sesama anggota.sekalian halal bin halal Nb.untuk yg berkenan hadir tolong daftar di kolom komentar,sebelum hr H.biar tuan rumah tau untuk persiapan.tks

09:29

WhatsApp, seperti FB, juga sudah sangat familiar di kalangan masyarakat luas berbagai lapisan masyarakat, profesi dan latar belakang sosiologis lainnya. Grup WA FPS Saat ini di grup WA FPS tercatat sebanyak 120 anggota. Keanggotaan bersifat terbuka, tidak saja berasal dari kelompok tani (poktan) yang kini berjumlah sembilan poktan, tetapi juga di antaranya ada yang bukan berprofesi petani seperti dosen/akademisi, peneliti, ahli di bidangnya dan simpatisan. Semua keanggotaan bersifat sukarela dan tidak mengikat secara administratif dan hukum. Berikut contoh postingan di grup WA FPS oleh pengirim Herman Harahap (Bendahara FPS) pada hari Kamis, 27 Juni 2019

Assalamualaikum.wrwb.Atas nama Forum Petani Sipirok(FPS) kami mengundang kawan2,koum2, angota forum petani sipirok untuk hadir hari kamis tgl 4 juli 2019.pukul 13.00 wib (siang) s/d selsai. acara pertemuan rutin bulanan(FPS) belajar bersama.tempat Lahan dusun GAROGA Kelompok Tani Aek Biru...untuk acara belajar bersama silaturahmi sesama anggota.sekalian halal bin halal Nb.untuk yg berkenan hadir tolong daftar di kolom komentar,sebelum hr H.biar tuan rumah tau untuk persiapan.tks --

2. Komunikasi untuk bergabung ke FPS

Dari hasil penelitian diketahui bahwa proses komunikasi poktan untuk memutuskan menjadi anggota tetap FPS antara lain melalui rapat internal poktan (33,3%) dan melalui komunikasi informal sebesar 61,5%. Dari data ini menunjukkan bahwa komunikasi informal yang bersifat tidak resmi mendominasi proses komunikasi untuk menentukan bergabung dengan FPS.

Gambaran ini sesungguhnya tidak jauh berbeda dari kebiasaan masyarakat Sipirok yang sering menggunakan komunikasi informal untuk membicarakan sesuatu hal seperti di kedai kopi, saling berkunjung ke rumah dan sering juga dibicarakan dalam kesempatan bertemu di pesta perkawinan. Percakapan di media sosial dalam grup-grup kecil seperti grup poktan dan pembicaraan pribadi melalui WhatsApp.

Kebutuhan ini digolongkan sebagai pemenuhan sosial secara integratif (*Social integrative needs*). Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman, dunia dan hal terkait pada hasrat untuk berfiliasi. Komunikasi informal melalui pesan WA menjadi pilihan utama, diyakini dapat mempererat hubungan sosial yang kuat.

3. Media untuk menghubungi anggota kelompok untuk keperluan pertemuan.

Dalam hal media yang dipakai untuk menghubungi anggota seperti untuk keperluan pertemuan internal maupun rapat rutin bulanan di FPS, melalui pesan grup WA sebesar 50% dan bertemu langsung hanya 35,9% dan bertelepon secara langsung 10.3%. Dari data ini menunjukkan penyampaian pesan melalui WA lebih dominan dibandingkan bertemu langsung ataupun melalui pembicaraan telepon seluler. Kepraktisan berkirim pesan melalui WA menegaskan pola komunikasi serba instan menjadi pilihan berkomunikasi secara internal di kalangan poktan.

Pada model *uses and gratifications* kebutuhan ini digolongkan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan personal integratif (*Personal integrative needs*). Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, status individual dan harga diri. Artinya kehadiran person untuk menghadiri rapat menjadi penting karena di situ para anggota FPS mendapat informasi yang berguna secara personal (harga diri).

Penutup

1. Pendekatan manfaat dan kebutuhan individu memperlihatkan adanya pergeseran fokus dari “tujuan penyampai pesan” ke arah “tujuan penerima pesan”.
2. Pendekatan teori manfaat dan kebutuhan konsumen media dalam penelitian ini menekankan pada motif individu dlm mengekspresikan dirinya (realisasi diri).
3. Komunitas Forum Petani Sipirok, baik anggota kelompok tani (poktan) dan non-poktan menyesuaikan kebutuhan informasi yang spesifik dan instan sebagaimana asumsi pada umumnya pada model pemenuhan informasi dan media (*uses and gratifications model*).

Pernyataan

Tulisan ini merupakan bagian dari hasil penelitian melalui skema Penelitian Terapan yang pendanaannya bersumber dari dana Non PNPB Universitas Sumatera Utara Tahun Anggaran 2019.

Daftar Pustaka

- Arifianto, S. (2016). *Penggunaan Media Baru Di Komunitas Petani dan Nelayan*. Jakarta: Puslitbang Aptika & IKP Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.
- Arni, Muhammad. (2008). *Komunikasi Organisas*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Cangara, Hafied, (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Kabupaten Tapanuli Selatan Dalam Angka Tahun 2017. Padangsidempuan: Badan Pusat Statistik Kabupaten Tapanuli Selatan.
- Littlejohn, Stephen W., Karen A. Foss & John G. Oetzel. (2017). *Theories of Human Communication*, Illinois: Waveland Press, Inc.
- Nuryanti. (2013). *Electronic Theses and Dissertations (ETD) Gadjah Mada University*. (2013). http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian_detail&sub=PenelitianDetail&act=view&typ=html&buku_id=63724. Diakses 27 Juni 2019.
- Pace, R. Wayne; Don F.Faules. (1993). *Organizational Communication*. Prentice Hall.
- Pohan, Syafruddin. (2008). *Komunikasi Organisasi*. Medan: Fisip Usu Press ISBN 978-602-8176-02-6.
- Rahmanto, Aris Febri. (2004). *Peranan Komunikasi Dalam Suatu Organisasi*. https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-4603-Aris_F.pdf. Diakses 26 Januari 2019.
- Severin , Werner J- James W. Tankard. (2011). *Teori Komunikasi*. Edisi Kelima. Jakarta: Prenada Media.

Radio Komunitas sebagai Alternatif Media Massa Pembangunan di Kepulauan Madura

Moch. Imron Rosyidi, Annis Azhar Suryaningtyas

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Magelang

Email : imron.rosyidi@ummgl.ac.id

Pendahuluan

Media massa merupakan sarana penting dalam sebuah negara demokrasi. Fungsi media sebagai ruang publik, sejatinya adalah tempat bertemunya kepentingan bersama baik aparat, masyarakat, ataupun pihak luar. Ruang ini terbangun atas orang per orang yang secara bersama disebut publik yang mengartikulasikan kepentingan atau kebutuhan masyarakat bersama melalui media. Wilayah ini merupakan zona bebas dan netral yang didalamnya berlangsung dinamika kehidupan warga secara personal atau individu, yang bersih terbebas dari kekuasaan negara, pasar, kolektivisme (komunalisme) dan bertanggungjawab (Siregar, 2011).

Jika pendapat di atas mengenai media sebagai ruang publik, maka media massa akan menjadi faktor terpenting di dalam proses pembangunan. Sayangnya, realitas media kita berkata lain. Secara umum undang-undang penyiaran dan undang-undang pers kita merujuk pada suatu pemahaman tentang filsafat teori pers yakni teori pers tanggung jawab sosial dimana “teori pers bertanggung jawab sosial yang ingin mengatasi kontradiksi antara kebebasan media masa dengan tanggung jawab sosialnya” (Kusumaningrat, 2012).

Realitanya hal semacam disentralisasi media nasional masih sangat Jakarta Sentris, penyampaian informasi yang tidak faktual, fungsi edukasi, dan informasi yang sangat kurang dari porsinya merupakan sedikit contoh pekerjaan yang “terbengkalai” oleh pers kita. Utamanya, sebagai contoh media massa nasional. Observasi menunjukkan media semacam *Jawa Pos* pun melanggar kode etik wartawan. Pada tanggal 5 April 2014 harian *Jawa Pos* menggunakan halaman utama (pertama) untuk iklan Partai Nasional Demokrat (Nasdem). Hal itu tidak berhenti di situ, halaman kedua secara eksklusif dan full *Jawa Pos* mengisi halamannya

dengan berita dan liputan khusus untuk pencitraan Partai Nasdem. Hal ini tentu melanggar kode etik jurnalistik yang berbunyi:

Pasal 1 Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk.

Pemberitaan di atas tentu melanggar pasal satu terutama pada kata berimbang yang memiliki penafsiran sebagai: *Berimbang berarti semua pihak mendapat kesempatan setara*. Letak keberimbangan di sini tentu sudah dilanggar dengan *Harian Jawa Pos* karena dengan tidak setara, menggunakan proporsi halaman utama (pertama) untuk iklan Partai Nasdem secara full. Kemudian, halaman kedua secara eksklusif dan full *Jawa Pos* mengisi halamannya dengan berita dan liputan khusus untuk pencitraan Partai Nasdem. Idealnya, halaman utama yang nilai informasi untuk publik.

Di Madura khususnya Kabupaten Bangkalan angka buta huruf mencapai angka 76.517 di usia 15 hingga 59 tahun dari jumlah penduduk 1,3 juta (Faisol, 2016). Hal ini diperparah dengan posisi geografi Kepulauan Madura yang terdiri atas 260 pulau dan sebagian besar tidak berpenghuni. Sebagian besar penduduk di wilayah kepulauan bermatapencaharian sebagai nelayan.

Para Nelayan biasa membutuhkan informasi mengenai Cuaca, Arah angin dan curah hujan. Selama ini, warga dapat mengakses informasi hanya melalui media televisi nasional dan radio swasta dari luar daerah. Sementara itu, informasi dari tersebut kurang mampu memenuhi kebutuhan informasi warga Kepulauan Madura (Surokim, 2015). Karena realitasnya media lokal juga masih mementingkan kebutuhan komunal belum masyarakat secara khusus, spesifik.

Kurangnya media komunitas menjadi salah satu penyebab ketidakimbangan pers. Meruntuhkan dominasi disentralisasi menjadi harga mati perkembangan pers saat ini. Dari gambaran tersebut sudah dipastikan masyarakat tidak lagi bisa bergantung kepada media *mainstream* untuk akses informasi. Belum lagi media baru menurut penuturan mantan Komisi Penyiaran Daerah (KPID) Jawa Timur, Surokim, yang awalnya sangat diharapkan sebagai angin segar justru menjadi media penyebar hoax (Jatim, 2017). Dari sini sepertinya masyarakat membutuhkan media yang benar-benar mampu menjadi ruang publik seperti definisi diatas. Salah satu alternatif dari permasalahan tersebut adalah Media berbasis Komunitas. Maka artikel ini bermaksud mengkaji relevansi media komunitas sebagai

alternatif media dalam proses aksesibilitas informasi. Studi pada Radio Komunitas Mandangin oleh Program Studi (Prodi) Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Peneliti dapat menentukan dan ikut aktif menentukan jenis data yang diinginkan. Hasil penelitian bersifat subjektif berdasarkan referensi peneliti. Bagi peneliti realitas merupakan produk konstruksi sosial yang dinamis. Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling bahkan populasi atau sampling sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Di sini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data (Rahmat Kriyantono, 2010: 57).

Dalam penelitian kualitatif desain penelitian dapat diubah sesuai dengan perkembangan penelitian. Dengan demikian peneliti diharapkan melakukan penelitian yang alami dan membiarkan peristiwa yang terjadi sesuai dengan alir yang mengalir tanpa mengontrol objek yang diteliti. Desain Kualitatif lebih bebas struktur dan sistematikanya, tidak terikat secara kaku seperti desain kualitatif. Hal ini disebabkan penelitian kualitatif yang bersifat subjektif dan tidak bermaksud membuat generalisasi. Karena itu desain kualitatif menjadi lebih bervariasi dan fleksibel (Rahmat Kriyantono, 2010: 57).

Kajian Literatur

Komunikasi massa

Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik) (Nuruddin:2013:4). Sebab, di masa awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa (Nuruddin, 2013:4). Alexis S. Tan (1981) mencoba memberikan sifat khusus yang dipunyai dalam komunikasi massa (Nuruddin, 2013:9). “Jika kita bisa membedakan komunikasi massa dengan *interpersonal communication*, kita akan mengetahui apa itu komunikasi masa. Ciri khusus yang membedakanya terletak pada *audience* atau penerima pesannya”.

Di samping itu agar tidak membingungkan, kita juga perlu membedakan antara *mass coomunications* (dengan s) dengan *mass communication* (tanpa s). Jay Back dan Federick C. Whitney dalam Nuruddin (2013:5) mengatakan bahwa *mass communications* lebih menunjuk pada media mekanis yang digunakan dalam komunikasi masa yaitu media massa. Sedangkan *mass communication* lebih pada proses dalam komunikasi massa secara teoritik atau proses teori. Ada definisi tersendiri secara jelas seperti yang dikemukakan Michel W. Gamble dan Teri Kwal Gamble (1986):

1. Komunikator pada komunikasi massa mengandalkan peralatan modern untuk menyebarkan atau memancarkan pesan secara cepat kepada khalayak luas dan tersebar.
2. Komunikator dalam komunikasi massa ketika menyebarkan pesan mencoba berbagi pengertian dengan jutaan orang meski tidak saling kenal
3. Pesan adalah milik public
4. Sebagai sumber komunikator bersifat formal seperti, jaringan, organisasi, perkumpulan
5. Komunikasi massa di control oleh *gatekeeper* (penapis informasi)
6. Umpan balik dalam komunikasi massa sifatnya tertunda.

Oleh karenanya, seluruh pendapat diatas dapat disimpulkan, bahwa komunikasi massa adalah proses pertukaran pesan dengan menggunakan media massa dan di terima secara luas oleh khalayak. Komunikasi massa sendiri memiliki sifat khusus yakni umpan balik yang tidak langsung atau tertunda.

Konsep Media di Dalam Pembangunan

Pesan komunikasi massa bersifat umum, cepat, serentak, dan seketika. Dalam komunikasi pembangunan media massa merupakan sebuah alat yang digunakan untuk akselerasi peningkatan pengetahuan, kesadaran, penyebaran berbagai informasi dan pengetahuan serta membantu memaksimalkan dampak komunikasi dalam rangka mewujudkan perubahan sosial pada masyarakat. Munculnya teori social learning dan difusi inovasi dalam ranah komunikasi pembangunan merupakan salah satu peranan komunikasi massa dalam dunia atau konteks komunikasi pembangunan (Dilla,2007).

Dalam konteks pembangunan sendiri media diharapkan sebagai sarana akses informasi. Ini dapat terwujud bila isi media dan pemilik media beragam (*diversity of conten* dan *diversity of ownership*). Menurut (Surokim, 2015) salah satu indikator demokrasi adalah keberadaan media yang beragam (*diversity of media*). Dengan beragamnya media, informasi tidak bisa dikuasai oleh sebagian pihak dan objektivitas media lebih bisa dicapai. Media memang rentan digunakan untuk kepentingan politik dan ekonomi sebagian kalangan. Namun, dengan keberagaman media, diharapkan media akan terjaga dan bisa saling melengkapi untuk menjaga kepentingan bersama tanpa manipulasi.

Selanjutnya, media diharap menjadi salah satu pilar demokrasi karena mampu menjaga ruang publik. Media yang sehat sesuai prinsip demokrasi memang bertumpu pada dua prinsip yakni keberagaman isi (*diversity of content*) dan keberagaman pemilik (*diversity of ownership*). Upaya untuk menuju ke arah kondisi ideal tersebut salah satunya adalah mendorong keberadaan media publik dan juga media komunitas (Surokim, 2015).

Semakin banyak media publik dan media komunitas maka informasi akan semakin beragam dan kepentingan publik akan semakin mengemuka menjadi agenda bersama. Dalam konteks masyarakat Madura saat ini telah ada Radio Komunitas masyarakat Pulau Mandangin. *Mandangin fm* yang dibentuk oleh Prodi Ilmu Komunikasi UTM dan ini di harapkan sebagai bentuk keberagaman isi (*diversity of content*) dan keberagaman pemilik (*diversity of ownership*).

Pengertian Radio Komunitas

Beberapa defenisi mengenai Radio Komunitas seperti yang dipaparkan oleh Colin. Radio Komunitas adalah lembaga layanan nirlaba yang dikelola oleh komunitas atau kelompok tertentu. Tujuannya untuk melayani dan memberikan manfaat dimana komunitas itu berada (Frasher, 2001).

Secara teoritis, komunitas terbentuk oleh dua hal *pertama*: kesamaan lokasi dan status individu-individu. Yang *kedua*: kesadaran koletif untuk mencapai tujuan tertentu. Radio komunitas merujuk pada pemilikan dan wilayah orientasi dan bersifat lokal. Antitesis dari radio swasta yang luas dan berjaringan. Istilah ini lebih banyak di gunakan karena lebih santun dan akrab secara internasional (Masduki, 2003).

Menurut UU Penyiaran No.32 Tahun 2002 Bagian Keenam Lembaga Penyiaran Komunitas di jelaskan bahwa;

- (1) Lembaga Penyiaran Komunitas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 ayat (2) huruf c merupakan lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia, didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen, dan tidak komersial, dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya.
- (2) Lembaga Penyiaran Komunitas sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) diselenggarakan : a. tidak untuk mencari laba atau keuntungan atau tidak merupakan bagian perusahaan yang mencari keuntungan semata; dan b. untuk mendidik dan memajukan masyarakat dalam mencapai kesejahteraan, dengan melaksanakan program acara yang meliputi budaya, pendidikan, dan informasi yang menggam-barkan identitas bangsa.
- (3) Lembaga Penyiaran Komunitas merupakan komunitas nonpartisan yang keberadaan organisasinya: a. tidak mewakili organisasi atau lembaga asing serta bukan komunitas internasional; b. tidak terkait dengan organisasi terlarang; dan c. tidak untuk kepentingan propaganda bagi kelompok atau golongan tertentu.

Pembahasan

Realitas diatas dimana media menjadi tidak berpihak merupakan merupakan kategori Fenomena media di Indonesia hari ini mengacu pada tipe, *low-power source*, *high-power media*. Hari ini. yang disebut kekuatan (*power*) bukan lagi soal militer. Bella Mody mengatakan bahwa *power* dalam konteks global masa kini adalah modal swasta (Wilkins, 2000). Contoh keberpihakan media dan kebablasan media baru menjadikan ruang publik ini sesak oleh berbagai macam kepentingan. Oleh karenanya, munculnya beberap media komunitas sangat diharapkan.

Di daerah Piyungan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta terdapat Radio Komunitas Srimartani yang bahkan telah dijadikan penelitian oleh Anwaruddin Mahasiswa UIN Sunan kalijaga Yogyakarta (2010). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa radio ini memiliki akses siaran yang bisa dijangkau antar RT/RW hingga satu Desa Srimatani dan dinamakan Radio Komunitas Srimartani FM. Menariknya adalah konten yang disiarkan disini sudah memenuhi strategi segmentasi publik baik itu pemuda, dewasa hingga ibu-ibu (Anwaruddin, 2010).

Hal ini tentu sangat berbanding terbalik dengan keadaan masyarakat kepulauan Madura. Di kepulauan masyarakat Madura yang terdiri dari 236 pulau ini menyebabkan sangat susah untuk mengakses informasi. Kondisi masyarakat kepulauan Madura seperti Mandangin hingga saat ini masih belum berkembang dan tidak memiliki akses yang cukup terhadap informasi yang merupakan prasyarat bagi peningkatan partisipasi masyarakat dalam pembangunan dan pemberdayaan masyarakat.

Para pemuda yang bertahan di desa menerima nasib dan tidak memiliki semangat untuk terlibat dalam proses pembangunan desa. Aparatur desa juga belum memiliki kecakapan dalam mengelola informasi sebagai media bagi peningkatan akses warga terhadap pembangunan berbasis partisipatoris. Melalui program pengabdian ini para pemuda akan mendapatkan pelatihan mengenai jurnalisme warga sehingga mereka bisa tergerak untuk berpartisipasi dalam kegiatan pembangunan desa mulai dari perencanaan hingga evaluasi (Surokim, 2015). Ironisnya program ini baru di gagas di media setelah 2010, bila kita melihat cerita mengenai perkembangan Radio Komunitas di Yogyakarta di atas tahun 2010 sudah dalam tahap penentuan khalayak bahkan telah menjadi salah satu sumber bagi penelitian mahasiswa.

Solusi adanya media warga kepulauan Madura ini akan dapat menjadi titik awal dalam mendorong keterbukaan informasi dan membuka akses komunikasi warga baru terbentuk pada tahun 2014-2015 atas inisiasi Prodi Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura. Dalam program pengabdian masyarakat tersebut dibangunnya media alternatif ini. Diharapkan melalui rakom (Radio Komunitas), warga dapat berbagi informasi dan pendapat tentang berbagai kebijakan pemerintah dan program masyarakat. Akhirnya, Rakom dapat menjadi ruang publik yang mendorong warga terlibat dan berpartisipasi dalam pembanguana. Rakom juga diharapkan dapat menjadi media pemberdayaan pemuda dalam mengakses informasi dan hiburan sesuai dengan potensi dan daya dukung sosial budaya setempat. Luaran kegiatan ini adalah kesiapan warga khususnya para pemuda dalam membuat kelembagaan dan program siaran Radio Komunitas (Surokim, 2015).

Dalam prosesnya mulai berdirinya hingga tahun 2016 menurut laporan Kaprodi Ilmu Komunikasi UTM setidaknya ada empat poin keberhasilan yang telah dicapai di antaranya: *pertama* munculnya kesadaran mengenai pentingnya media lokal dan memiliki media lokal masyarakat Kepulauan Madura memiliki kesadaran akan pentingnya informasi dan

menjadi salah satu medium bagi pemberdayaan masyarakat. *Kedua*, dilakukannya pelatihan demokratisasi dan media siaran lokal radio komunitas pelatihan ini diselenggarakan pada 14-17 Juni 2015 di Dusun Mandangin Barat. Kegiatan diikuti pemuda, tokoh masyarakat, perangkat desa dan kalangan ibu-ibu warga Mandangin. Kegiatan di buka dengan pelatihan open mindset keterbukaan informasi publik.

Ketiga adalah telah dibuatnya desain baik itu kelembagaan pendanaan maupaun teknis. Kelembagaan Radio Komunitas kepulauan Mandangin didirikan oleh pemuda dan tokoh Mandangin dibawah pengawasan KH Ghofur. Sebagai Ketua Pelaksana, Subki, tokoh pemuda Mandangin. Sesuai AD/ART anggota terbuka untuk warga Mandangin remaja dan dewasa dengan bukti fotokopi KTP. Akta pendirian komunitas berdasarkan AD/ART telah disusun dan diserahkan kepada notaris untuk diproses. Akta ini merupakan legalitas badan hukum perkumpulan Radio Mandangin.

Desain Teknologi Siaran Media Rakom kepulauan Mandangin. fm sebagai media siar komunitas sesuai dengan peraturan pemerintah dikanal frekuensi 107.70 MHz, 107.8 MHz dan 107.9 MHz detail isi siaran segmentasinya disesuaikan kebutuhan publik, seperti informasi cuaca bagi Nelayan, Rembug Desa dan sebagainya, bahkan siarannya juga menggunakan bahasa daerah setempat. Desain Pendanaan Radio Komunitas *Mandangin fm* akan mengandalkan iuran anggota. Selanjutnya melalui program acara radio akan menciptakan fandom (penggemar) akan acara-acara yang diluncurkan oleh anggota radio. Fandom yang tergabung didalam rakom dapat ditarik iuran rutin untuk menunjang keberlangsungan acara rakom.

Dan hasil terakhir adalah publikasi di media lain mengenai pendirian Radio Komunitas ini baik media online maupaun cetak. Seperti yang dimuat di halaman tribunnews.com dengan domain <http://surabaya.tribunnews.com/2015/06/21/meretas-isolir-warga-sumbang-apasaja-demi-mandangin-fm>.

Selain itu dua mahasiswa Ilmu Komunikasi UTM menjadi Juara II se-Asean di USM. Prestasi itu berkat mengangkat tema tentang pembangunan radio ini sebagai sarana untuk membuka akses informasi di kepulauan Madura yang terdiri dari seratus dua puluh enam pulau (https://www.youtube.com/watch?v=wF8ihnX3GoM&list=LLyfa_ZQRK7l_LfUiXJ2CXLg&index=66). Selain itu juga, dimuat media cetak seperti Surya edisi 21 juni 2016.

1 Radio untuk 126 Pulau

ON AIR



MENGHUBUNGKAN 126 pulau di kawasan Kepulauan Maluku, Media 126 yang diluncurkan mahasiswa dan dosen program studi Ilmu Komunikasi (IK) Universitas Tugue-Tugue (UTM) Laisan hari ini, juga menandai di Pulau Mandianga, Maluku, mereka berhasil menghubungkan 126 kapulauan di Maluku melalui radio komunitas, Mandianga FM.

Program penghiburan menandai ini dilakukan berkolaborasi dengan kelompok, lembaga, pribadi yang memiliki kepedulian tinggi untuk membuka akses informasi dan komunikasi warga kepulauan Maluku.

Grup bersebut, Media 126 Kepulauan Mandianga, Mahasiswa para pemuda adalah anggota organisasi pemuda pembudayaan radio komunitas Mandianga FM, salah satu dari 126 pulau yang memiliki akses informasi dan komunikasi media. Media ini menjadi program pendidikan, warga akan pendengaran media lokal yang memuaskan.

Dari ketika diundang dengan mahasiswa media yang menjadi program kekinian, program karik, teknologi, dan pendidikan media.

Pada hari ini juga para mendapat perhatian sangat mengenai komunitas warga khususnya dalam negeri.

Guna menaruh daya tarik kegiatan dilakukan secara langsung film sebagai media radio komunitas untuk pendengaran warga dari berbagai tempat sebagai sumber inspirasi. Pada akhirnya warga sangat memotivasi juga para mahasiswa kekinian untuk kegiatan pendidikan kekinian.

Pengantar radio Mandianga FM juga telah menerima program siaran lokal selama lima jam setiap hari dan merupakan tren sangat untuk menjadi model dasar komunikasi operasional radio. Kegiatan juga berakumulasi untuk hari ini yang akan merupakan kekinian radio komunitas ini.

Tak kalah ada untuk pelatihan radio news dan teknologi radio FM. Tak ada program yang sangat memiliki kekinian, teknologi, komunikasi dan operasional yang sangat penting untuk gerak yang akan media untuk menjadi program dan operasi.

Partisipasi warga dan program untuk masyarakat per

diatas juga tinggi. Mereka menyangkut berbagai media personal seperti: laptop, tablet, smartphone, dan lainnya.

Mahasiswa para mendapat pengantar, menghibur, berbagai ilmu dan pengetahuan siaran, berbagai media di tempat, salah satu kegiatan dalam kegiatan penghiburan media ini.

Kali ini juga akan ada siswa Mandianga menyangkut antara lain dan berbagai radio dapat tumbuh dan berkembang, akan berkolaborasi untuk menandai dan program kekinian lokal.

(<https://www.bbc.com/news/indonesia-2019-06/126-islands-radio-community-2019-06>)

BURCHARD AD
Dosen Pendidikan
Ilmu Komunikasi
Universitas Tugue-Tugue



Radio Komunitas Sebagai Public Sphere

Dari data diatas dapat dilihat bahwa dengan terlibatnya masyarakat diproses pengembangan dan pembangunan radio yng diinisiasi oleh program Studi Ilmu Komunikasi UTM tersebut. Dimana menurut Ashadi Siregar media harus menjadi ruang publik, yang sejatinya adalah tempat bertemunya kepentingan bersama baik aparat, masyarakat, ataupun pihak luar. Ruang ini terbangun atas orang per orang yang secara bersama disebut publik yang mengartikulasikan kepentingan atau kebutuhan masyarakat atau bersama melalui media. Wilayah ini merupakan zona bebas dan netral yang didalamnya berlangsung dinamika kehidupan warga secara personal atau individu, yang bersih atau terbebas dari kekuasaan negara, pasar dan kolektivisme (komunalisme) dan bertanggungjawab (Siregar, 2011). Bahwa opening *mindset* masyarakat dalam *publik sphere* untuk mencapai rasionalitas tertinggi telah tercapai.

<i>Formal Pragmatic Features and Cultural Value Spheres</i>				
Validity claims	World Relations	Functions Sphere	Cultural value Component	Lifeworld
<i>Truth</i>	<i>Objective world</i>	<i>Represent states of affair</i>	<i>Science & teknologi</i>	<i>Culture</i>
<i>Rightness</i>	<i>Social world</i>	<i>Establish interpersonal relations</i>	<i>Law & morality</i>	<i>Society</i>
<i>Truthfulness (sincerity)</i>	<i>Subjective world</i>	<i>Self-representation</i>	<i>Art & literature</i>	<i>Person</i>

Sumber: (Wilkins, 2000, hal. 59)

Seperti kesadaran akan pentingnya akses informasi dengan mengadakan iuran warga untuk desain keuangannya serta menggunakan sumberdaya yang tersedia baik itu aparat, masyarakat, ataupun pihak luar, aparat dalam hal ini adalah perangkat desa dan jajarannya, masyarakat diinisiasi oleh para pemuda sedang Program studi ilmu komunikasi merupakan pihak luar dapat berpadu membangun sebuah stasiun radio yang bahkan telah memasuki tahap legalitas di notaris. Melalui radio ini, masyarakat menggunakan jurnalisme warga sebagai teknis siarannya terbukti dengan pelatihan yang diberikan oleh Prodi Ilmu Komunikasi dan beberapa siaran dengan menggunakan bahasa setempat. Saat itulah, segala macam kepentingan warga dapat terkomodir dan radio ini telah menjadi ruang publik alternatif bagi masyarakat Mandangin.

Sedangkan dalam praktisnya radio ini telah menggunakan konsep dasar sebagai radio komunitas. Karena, secara teoritis, komunitas terbentuk oleh dua hal *pertama*: kesamaan lokasi dan status individu individu. Yang *kedua*: kesadaran kolektif untuk mencapai tujuan tertentu. Radio Komunitas merujuk pada kepemilikan dan wilayah orientasi dan bersifat lokal. Antitesis dari radio swasta yang luas dan berjangkauan. Istilah ini lebih banyak digunakan karena lebih santun dan akrab secara internasional (Masduki, 2003).

Wilayah yang benar-benar lokal dimana akses informasi masyarakat kepulauan di jadikan tonggak utama dalam pembentukan radio ini. Sedangkan kepemilikannya yang kolektif oleh Masyarakat Mandangin. Serta cakupannya yang bisa diakses seluaruh warga pulau tersebut ditambah konten yang ada disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat menjadikan radio ini sudah sesuai dengan prinsip dasar Radio Komunitas seperti teori diatas.

Penutup

Kondisi hiruk pikuknya *tsunami* informasi serta memburuknya realitas media. Radio Komunitas Masyarakat Mandangin yang digagas oleh Prodi Ilmu Komunikasi UTM dan seluruh komponen Masyarakat Mandangin ini akhirnya menjadi media alternatif ruang publik yang bisa diakses oleh warga Kepulauan Madura. Konten serta segmentasi siarannya disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat setempat. Media ini telah menjadi ruang virtu dimana ‘value’ yang di tawarkan mampu memberi nilai positif bagi kehidupan masyarakat. Salah satu buktinya adalah kesadaran masyarakat dengan secara swadaya menggunakan iuran publik sebagai design pendanaan radio ini. Radio ini juga menjadi alternatif media masyarakat yang buta huruf gar tidak tertinggal informasi.

Saran

Perbandingan akses informasi di Indonesia antara Jawa dan Madura saja sangat jauh dimana pada tahun 2010 di Desa Srimartani, Piyungan Yogyakarta sudah memiliki radio komunitas yang berjalan dan telah dituliskan dalam bentuk penelitian. Namun di wilayah Madura yang sekarang menjadi bagian tidak ‘terpisah’ dari Jawa semenjak adanya jembatan tol Suramadu, baru memiliki Radio Komunitas di tahun 2015. Bisa diasumsikan di daerah lain diluar kepulauan seperti di indonesia timur sana, bagaimana susahnya mengakses informasi. Maka pengembangan media komunitas dalam pengembangan kesetaraan informasi disarankan perlu untuk mempercepat akses pembangunan yang merata. Harapannya, terciptanya media sebagai instrumen pembangunan dan ruang publik.

Daftar Pustaka

- Anonim., (5 april 2014). *Nasdem*. Surabaya. Jawa Pos.
- Anwaruddin. (2010). *strategi penyiaran Radio Komunitas Dalam Memperoleh Pendengar*. Yogyakarta: UIN sunan kalijaga Yogyakarta.
- Dilla, S. (2007). *Komunikasi Pembangunan Pendekatan Terpadu*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media .
- Faisol, a. (6 maret 2016). *76.000 Warga Bangkalan Madura Masih Buta Aksara Ini Langkah Dindik Bangkalan*. bangkalan: surya.co.id.

- Frasher, C. (2001). *Buku Panduan Radio Komunitas*. Jakarta: UNESCO Jakarta Office.
- Kusumaningrat, H. K. (2012). *Jurnalistik Teori dan Praktik*. Bandung: Rosda Karya.
- Masduki. (2003). *Radio Siaran dan Demokratisasi*. Yogyakarta: Jendela.
- Rachmat Kriyantono, S. M. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Siregar, A. (2011). *Jurnalisme Publicsphere dan Etika*. LP3Y : Yogyakarta .
- Surokim, S. ., (2015). *Demokratisasi Komunikasi dan Media Lokal*. Bangkalan: Ilmu Komunikasi UTM, Program ibM.
- TVRI Jatim. (2017, januari 19). *Dialog Media*. Surabaya, Jawa Timur, Indonesia.
- Wilkins, K. G. (2000). *Redeveloping Communication fo Social Change*. Rowman & Littlefield Publisher, Inc.

Kampanye Komunikasi Persuasif Lingkungan pada Program Relokasi Sungai Karang Mumus Kota Samarinda

Hairunnisa, Annisa Wahyuni A, Kadek Dristiana D

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik-Universitas Mulawarman

*Email: fokda_2006@yahoo.com, annisaarsyad106@gmail.com,
kadekdristiana@gmail.com*

Pendahuluan

Perkembangan suatu daerah dari waktu ke waktu dan juga pertumbuhan populasi penduduk memberikan banyak pengaruh pada lingkungan sekitar. Dampak dari pembangunan yang terjadi menyebabkan ruang-ruang kota semakin padat. Pola pembangunan berwawasan lingkungan diperlukan sebagai suatu rangkaian dalam upaya membangun suatu daerah. Dalam hal ini, dikatakan berkelanjutan karena suatu proses pembangunan yang berkesinambungan dan dinamis memerlukan pengelolaan yang rasional dan bijaksana dan memperhatikan dampaknya secara luas.

Salah satu hal mendasar yang menjadi sorotan dalam pembangunan berwawasan lingkungan adalah berkenaan dengan pengelolaan Daerah Aliran Sungai (DAS). Daerah Aliran Sungai merupakan wilayah yang dibatasi oleh topografi dimana air yang berada di wilayah tersebut akan mengalir ke outlet sungai utama hingga ke hilir. Sandy (1996) dalam penelitian Zairullah (2014,1391) mendefinisikan DAS sebagai bagian dari permukaan bumi yang airnya mengalir kedalam sungai apabila hujan jatuh. Komponen yang terdapat dalam DAS terdiri dari komponen fisik, kimia, dan biologi. Komponen fisik mencakup kondisi geografis DAS yang bersangkutan, sedangkan kondisi kimia lebih menitikberatkan kepada kondisi daripada air sungai.

Saat ini lingkungan yang terbangun disekitar bantaran sungai pada umumnya merupakan kawasan terbangun sangat padat dengan rata-rata KDB mencapai 80%-90% (Rahmadi,2009) dalam Cesarin dan Ginting (2015:118). Keberadaan pemukiman di sekitar bantaran sungai bukanlah

sesuatu yang baru. Terdapat banyak kota di Indonesia yang terbentuk karena keberadaan sungai. Dari total 472 kota dan kabupaten, hampir 300 kota dan kabupaten dibangun dekat dengan sumber air, baik berupa danau, daerah aliran sungai, maupun tepi pantai (Rahmadi,2009). Banyaknya penduduk yang tinggal di daerah bantaran sungai pun berakibat munculnya perumahan dan pemukiman kumuh.

Samarinda adalah salah satu kota terbesar di Kalimantan Timur dan merupakan ibukota provinsi dengan luas 71.800 ha. Secara geografis Samarinda dikelilingi oleh Sungai Mahakam dan memiliki anak sungai, yaitu Sungai Karang Mumus (SKM) yang mengalir dari utara ke selatan dan melintasi ditengah-tengah kota samarinda. Sungai Karang Mumus merupakan anak Sungai Mahakam yang memiliki panjang aliran 34,7 kilometer di wilayah Kota Samarinda.

Sungai Karang Mumus sangat penting artinya dan berpengaruh bagi kehidupan masyarakat di sekitar daerah aliran sungai. Sekitar tahun 1970-1980an terdapat banyak hal menarik di sepanjang Sungai Karang Mumus. Umumnya daerah aliran sungai ini dimanfaatkan untuk daerah pemukiman, tempat berbagai jenis usaha, daerah pertanian dan sebagian lagi masih berupa lahan-lahan kosong (<http://kaltim.tribunnews.com/2017/05/14/secercah-asa-dalam-penyelamatan-sungai-karang-mumus>).

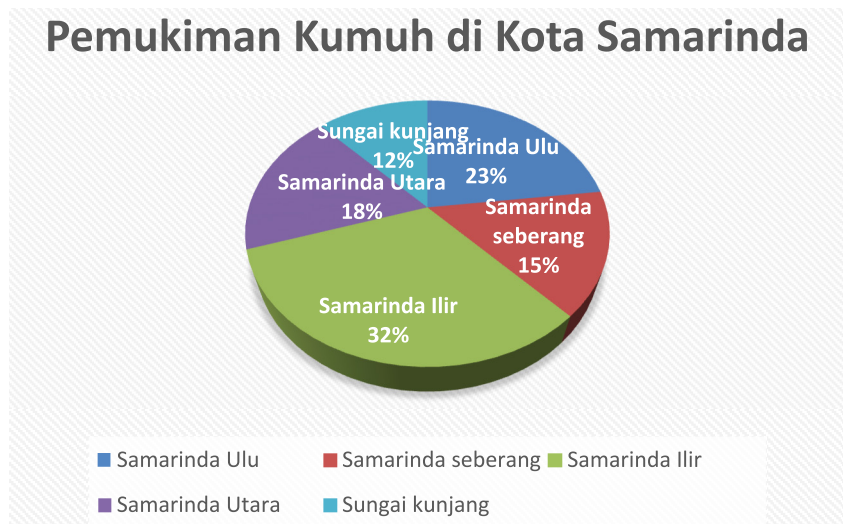
Pemukiman di sepanjang aliran Sungai Karang Mumus merupakan pemukiman padat penduduk dimana sebagian besar warganya memanfaatkan air sungai untuk kebutuhan hidup sehari-hari, seperti mandi, cuci, dan kakus (MCK), limbah rumah tangga berupa limbah sampah (baik padat maupun cair) seperti: bungkus makanan, air sabun, air bekas cucian yang mengandung zat kimia dan lainnya. Selain itu, daerah aliran sungai dimanfaatkan juga untuk berbagai jenis usaha diantaranya usaha perbengkelan dan berbagai jenis pabrik, sehingga limbah industri seringkali dibuang di sungai karang mumus tanpa melalui proses pengolahan terlebih dahulu (<http://kaltim.tribunnews.com/2017/05/14/secercah-asa-dalam-penyelamatan-sungai-karang-mumus>). Kegiatan ini terjadi selama puluhan tahun dan mengakibatkan pencemaran lingkungan sekitar, lingkungan yang kumuh. Sungai karang mumus sendiri berada ditengah kota Samarinda dan menyebabkan Kota Samarinda pun menjadi kumuh.

Pemerintah Kota Samarinda telah mengambil suatu kebijakan yaitu

membuat suatu program pemindahan warga yang tinggal di tepi sungai Karang Mumus ke Bengkuring dan Sambutan. Program relokasi ini disebut relokasi penduduk dari daerah aliran sungai (DAS) Karangmumus melalui Peraturan Daerah Kotamadya Samarinda Nomor 3 tahun 1986.

Kawasan Sungai Karang Mumus termasuk yang mendapat prioritas dalam program tersebut. Tindak lanjut pelaksanaan Program Kali Bersih (PROKASIH) dan akibat banjir di Samarinda pada tahun 1998 maka telah dijalankan program penurapan dan normalisasi sungai oleh Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur dan program relokasi penduduk bantaran Sungai Karang Mumus dari Jembatan 1 - Jembatan VII oleh Pemerintah Kota Samarinda dengan jumlah rumah sebanyak 3.915 rumah yang perlu direlokasi. (Sepriyansyah, 2014: 2101).

Berdasarkan hasil pendataan yang dilakukan Dinas Cipta Karya dan Tata Kota, sampai tahun 2007 di Kota Samarinda terdapat 110,346 unit rumah bangunan permanen dan 27,498 unit bangunan non permanen.



Bagan 1.
Data Pemukiman Kumuh

Sumber: (<http://bappeda.samarindakota.go.id> tahun 2007)

Luas kawasan kumuh di Kota Samarinda adalah 96.10 m² yang mayoritas berada di Samarinda Ilir (32 %) serta lebih cenderung mengarah ke tepi sungai. Keadaan inilah yang membuat aliran beberapa anak sungai semakin lambat dan cenderung tidak mengalir. Selain

permasalahan lingkungan yang kumuh, banjir juga merupakan alasan utama perlunya relokasi pada daerah bantaran sungai karang mumus tersebut. Berdasarkan data BAPPEDA, Kota Samarinda memiliki 522 titik banjir.

Menurut Agus dan Nana (2007) dalam penelitian yang dilakukan oleh Mayasari, Kusuma, dan Syahrani (2014,2424) terdapat beberapa langkah penataan sungai karang mumus yang telah dan akan dilakukan Pemerintah kota Samarinda, yaitu kawasan pemukiman kumuh yang berada di bantaran sungai karang mumus pada radius kurang lebih 5 – 20 meter akan direlokasi keluar kawasan, memindahkan atau menutup industri-industri kecil di sekitar sungai karang mumus, memperlebar jalan di tepi sungai karang mumus, menata relokasi pasar segiri, pasar pagi, dan pasar kecil lainnya, membuat jalur hijau dan taman dilahan sepanjang sungai yang terkena relokasi. Terdapat berbagai faktor penghambat yang mempengaruhi penataan bantaran sungai karang mumus sebagai Ruang Terbuka Hijau (RTH), yaitu sulitnya upaya pelaksanaan relokasi karena sebagian warga bantaran sungai karang mumus menolak untuk pindah.

Dalam beberapa tahap program relokasi bantaran sungai karang mumus terdapat masalah yang sama, yakni penolakan warga sekitar bantaran sungai untuk dipindahkan. Dalam hal ini dapat dikemukakan bahwa konflik yang terjadi karena komunikasi yang tidak menghasilkan kesepahaman antara Pemerintah Kota Samarinda dengan masyarakat setempat. Komunikasi persuasif dengan fokus pada isu lingkungan seharusnya menjadi poin penting yang harus dilakukan. Hal ini seharusnya dilakukan melalui kampanye komunikasi persuasif lingkungan untuk membangun kesadaran masyarakat mengenai perlunya relokasi serta isu lingkungan yang melatar-belakanginya.

Kampanye komunikasi persuasif lingkungan memerlukan partisipasi berbagai pihak, dan dalam hal ini Pemerintah Kota Samarinda adalah Dinas PUPR (Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat) perlu berkolaborasi dengan berbagai pihak seperti penggiat lingkungan untuk menggulirkan isu sentral secara komunikatif dengan tujuan untuk membangun kesadaran warga.

Penelitian ini memberikan penekanan pada isu lingkungan dan bagaimana kampanye komunikasi persuasif diperlukan untuk membentuk *awareness* (kesadaran) dan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya relokasi bantaran Sungai Karang Mumus tersebut. Kampanye lingkungan

yang bersifat persuasif harus memuat pesan-pesan yang tersusun secara baik, sistematis dan masuk akal atau logis (rasional), memberikan bukti atau fakta berupa data-data (empiris) dan kebenaran dari hal tersebut bukanlah sesuatu yang bersifat rahasia tapi dapat diketahui banyak orang (umum). Selain itu diperlukan pula edukasi untuk masyarakat Kota Samarinda umumnya dan masyarakat yang tinggal di daerah sekitar Sungai Karang Mumus dalam mengembalikan kestabilan lingkungan dan menjaga kebersihan, keindahan daerah bantaran Sungai Karang Mumus dengan baik dan benar. Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan diatas maka peneliti merumuskan masalah penelitian ini adalah Bagaimana Kampanye Komunikasi Persuasif Lingkungan pada Program Relokasi Sungai Karang Mumus, serta melihat faktor-faktor pendukung dan penghambat komunikasi dalam program relokasi tersebut.

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan kampanye komunikasi persuasi lingkungan pada program relokasi Sungai Karang Mumus. Dalam penelitian ini mengutip teori relevan yang digunakan untuk membahas Kampanye Komunikasi Persuasif Lingkungan dan Program Relokasi Sungai Karang Mumus.

Dalam penelitian ini, kajian teoritik Komunikasi lingkungan, dimana menurut (Robert Cox, 2010) merupakan media pragmatis dan konstruktif untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai lingkungan. Menyangkut strategi pengemasan pesan dalam media untuk menumbuhkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan lingkungan. Komunikator utama dalam komunikasi lingkungan adalah pemerintah dan organisasi non pemerintah yang punya komitmen terhadap pengelolaan lingkungan. Pada dasarnya komunikasi lingkungan untuk menumbuhkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam mengelola lingkungan termasuk relokasi sungai polanya bersifat dialogis yang lebih banyak terjadi pada komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok. Oleh karena itu, pentingnya komunikasi persuasif berupa kampanye, seperti yang dikemukakan oleh Rogers dan Storey (dalam Venus, 2004:7) yang menjelaskan bahwa kampanye ialah rangkaian tindakan komunikasi yang terencana bertujuan untuk menimbulkan efek tertentu pada khalayak atau orang banyak. Berdasarkan pandangan Roger dan Storey seperti dikutip Berger dan Chaffee dalam (Ummanah: 2009, 14), maka tujuan dan efek kampanye

dikonseptualisasikan dalam 3 dimensi, yakni: level tujuan, level informasi yang meningkatkan efek kognitif individu untuk menghasilkan sikap dan perubahan sikap, dan pada fokus perubahan sikap perilaku yang tampak, serta fokus keuntungan. Hasil kampanye dapat dirasakan oleh pengirim, penerima, bahkan pihak ketiga.

Penelitian ini difokuskan pada beberapa hal, yaitu kampanye komunikasi persuasif lingkungan berdasarkan pandangan E.M Rogers & J.D.Storey (1987) dalam C.R Berger & C.H Chaffe (Ummanah,2004 :14) yakni pertama, variabel sumber, dalam hal ini berkaitan tentang kredibilitas, atraksi dan *power* yang dimiliki oleh komunikator (*source*). Kedua, variabel pesan yang berkaitan tentang daya tarik pesan, gaya atau cara penyampaian, pengorganisasian pesan, panjang atau lama pesan, kejelasan pesan, repetisi. Ketiga, variabel saluran, berkaitan tentang penggunaan mediamassa maupun media luar ruang untuk memaksimalkan aktivitas kampanye komunikasi persuasif. Keempat, variabel penerima, berkaitan tentang karakteristik target audiens yaitu faktor kapasitas individu (usia, pendidikan), ciri demografi (jenis kelamin, etnis), faktor perbedaan individu (gaya hidup, kepribadian). Kelima, variabel tujuan, mengacu pada level tujuan kampanye yaitu untuk menginformasikan, mempersuasi, dan memobilisasi. Variable tujuan menitikberatkan pada level tujuan apa perubahan yang diharapkan. Keenam, variabel output, berkenaan dengan terpaan komunikasi, perhatian, kesukaan (*likings*), pengetahuan yang diperoleh, kemampuan penerimaan (*learning how*), perubahan sikap (persetujuan), daya ingat atas isi atau argumen, pencarian informasi, membuat keputusan berdasarkan informasi yang diperoleh, berperilaku menurut yang diharapkan, memperkuat tindakan tersebut, memperkokoh dan menggandakan

Dalam menjawab rumusan masalah tersebut, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan teknik *Purposive Sampling* dipilih dalam penentuan pemilihan informan. Teknik *purposive sampling* adalah menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu yang dapat memberikan data secara maksimal serta subjek/objek sesuai tujuan. Sedangkan teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi dan wawancara kepada Penggiat Lingkungan, dalam hal ini adalah Maulana Yudhistira, selaku Pembina pada Koalisi Pemuda Hijau Indonesia (KOPHI) dan Yustinus Sapto Hardjanto, selaku Founder dan Pendiri Sekolah Sungai Karang Mumus (SeSuKaMu). Adapun informan pendukung dalam penelitian ini adalah Hj. Susie Sukmawati, ST, MT

selaku Sekretaris Dinas Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Kota Samarinda.

Pembahasan

Beberapa hal yang menjadi alasan mendasar dari program relokasi DAS karang mumus adalah tidak berfungsinya sempadan sungai, yaitu kawasan sepanjang kiri dan kanan sungai, termasuk sungai buatan/kanal/saluran irigasi primer, yang mempunyai manfaat penting untuk mempertahankan fungsi sungai (Keputusan Presiden Nomor 32 Tahun 1990). Dalam hal ini daerah sempadan sungai merupakan daerah bantaran sungai bagian dan badan sungai yang hanya tergenang air pada musim hujan dan daerah sempadan yang berada diluar bantaran yaitu daerah yang menampung luapan air sungai di musim hujan dan memiliki kelembaban tanah yang tinggi dibandingkan kelembaban tanah pada ekosistem daratan. Sempadan sungai memiliki fungsi yang penting untuk mempertahankan ekosistem darat dan sungai. Hal yang terjadi adalah aktivitas manusia dalam memanfaatkan fungsi sungai yang beraneka ragam menyebabkan terganggunya fungsi sempadan sungai tersebut. Hal tersebut menjadi salah satu penyebab banjir yang terjadi di DAS Karang Mumus yang dapat dikategorikan rusak parah.

Hal lain yang menjadi penyebab adanya program relokasi masyarakat di DAS Karang Mumus adalah lingkungan yang kumuh sebagai akibat dari banyaknya masyarakat yang menetap di lokasi DAS Karang Mumus dan berbagai aktivitas rumah tangga, pembuangan limbah industri dan rumah tangga. Akibat masyarakat yang tinggal di tepian atau pinggir sungai lebar sungai Karang mumus pun mengecil. Sungai Karang Mumus hakikatnya memiliki lebar 40 meter. Karena ditepiannya dijadikan tempat tinggal maka lebar sungai Karang Mumus menjadi 20 meter.

Berdasarkan instruksi dari Badan Lingkungan Hidup (BLH) Samarinda kualitas air Sungai Karang Mumus tidak lagi layak untuk digunakan akibat pencemaran limbah rumah tangga yang melebihi ambang normal, sehingga relokasi warga yang menetap di DAS Karang Mumus dianggap sebagai sebuah solusi dari permasalahan tersebut. tercatat sejak tahun 1989 hingga saat ini pemerintah Kota Samarinda telah merelokasi warga sebanyak 1.355 kepala keluarga ke lokasi pemukiman baru.

Selain upaya relokasi warga yang bermukim di bantaran sungai, pemerintah Kota juga melakukan upaya normalisasi sungai dengan cara melakukan pengerukan dasar sungai yang mengalami sedimentasi karena menumpuknya limbah rumah tangga yang tertumpuk puluhan tahun lamanya. Rencana kelanjutan relokasi ribuan bangunan milik warga dari bantaran Sungai Karang Mumus (SKM) masih menjadi pekerjaan rumah Pemerintah Kota Samarinda. Program relokasi SKM ini sudah dicanangkan sejak tahun 1989 lalu. Dengan jumlah bangunan sebanyak 3.915 yang harus direlokasi dari segmen Jembatan I hingga Jembatan VII. Hanya saja tahun 2015 lalu, yang sudah berhasil direlokasi hanya sekitar 1.600 unit rumah. Pemkot Samarinda telah menyiapkan sebanyak 84 unit rumah dengan tipe 36/150 di Handil Kopi Kecamatan Sambutan. Jika mengacu data yang ada, dalam hal ini Pemerintah Kota Samarinda setidaknya harus membangun 2.000 unit rumah lagi. (<http://kaltim.tribunnews.com/2018/06/09/minat-warga-sungai-karang-mumus-tinggal-di-rusunawa-masih-rendah?page=all>)

Dalam penelitian Dirahman (2017) dikemukakan bahwa pelaksanaan relokasi penduduk DAS Karang Mumus terdiri dari beberapa tahapan yaitu tahap awal dilakukan sosialisasi oleh pemerintah Kota Samarinda kepada masyarakat yang tinggal dipinggiran sungai Karang Mumus. Sosialisasi ini bertujuan untuk melakukan negosiasi antara pemerintah Kota Samarinda dan Masyarakat untuk menyampaikan informasi pembongkaran bangunan. Sosialisasi dihadiri oleh Wakil Walikota Samarinda, Kepala Dinas Perumahan dan Pemukiman Rakyat, Lurah Kelurahan Gunung Kelua, staf-staf dari instansi terkait dan masyarakat. Sosialisasi dilaksanakan sebanyak 3 kali dan masyarakat menolak untuk direlokasi apabila pemerintah tidak memberikan ganti rugi.

Upaya kampanye yang merupakan bagian sosialisasi harus memperhatikan efektivitas komunikasi persuasif yang meliputi variabel sumber, pesan, saluran, penerima, tujuan, output. Kampanye berisikan pesan tidak hanya terkait program relokasi, bentuk lainnya seperti mengedukasi masyarakat tentang menjaga kebersihan sungai. Kampanye yang dilakukan selama ini oleh pemerintah dianggap belum menyentuh sisi sosio kulturalnya. Oleh karena itu, kepedulian para penggiat lingkungan membantu mengkomunikasikan kampanye relokasi dari sisi sosio-kultural dengan pendekatan yang menyentuh pada sisi emosional yang digunakan. Secara tidak langsung, masyarakat menjadi terbuka pemahamannya terhadap program relokasi ini. Yang dimasud relokasi

disini bukan hanya memindahkan, tapi bertujuan menata ulang ruang terbuka hijau yang seharusnya dan memberikan jaminan kehidupan yang layak bagi masyarakat yang terdampak.

Seyogyanya sebelum melakukan relokasi, pemerintah bersama dengan penggiat lingkungan dan tokoh masyarakat dapat melakukan kampanye dalam beberapa bentuk, seperti sosialisasi, penyuluhan atau program edukasi untuk masyarakat (objek) di bantaran Sungai Karang Mumus. Hal tersebut merupakan tahapan dalam Komunikasi Sosial Pembangunan untuk menuju pada tingkatan perubahan kehidupan pada masyarakatnya. Adapun sejauhmana dan bagaimana program kampanye tersebut dilakukan, dapat diketahui dari 2 (dua) narasumber kunci (*key informan*) yaitu para penggiat lingkungan yang bernaung di SeSuKaMu (Sekolah Sungai Karang Mumus) dan KOPHI (Koalisi Pemuda Hijau Kalimantan Timur).

1. Variabel Sumber

Variabel sumber merupakan variabel atau elemen yang berkaitan dengan kredibilitas, atraksi dan power yang dimiliki oleh komunikator (*source*). Prinsip umum kredibilitas komunikator menurut Liliweri (2013, 84) merupakan suatu *image* atau gambaran kita mengenai sumber atau komunikator. Seorang pendengar akan mendengarkan komunikator yang dinilai mempunyai tingkat kredibilitas tinggi, oleh karena itu dia lebih percaya pada orang itu dari pada orang lain.

Dalam penelitian ini, kedua Penggiat Lingkungan yaitu Koalisi Pemuda Hijau Indonesia (KOPHI) dan Sekolah Sungai Karang Mumus (SeSuKaMu) adalah komunikator (*souce*) dalam mengkampanyekan program relokasi Sungai Karang Mumus (SKM). Selama ini aktivitas maupun agenda yang mereka miliki bersentuhan langsung dengan warga di sekitar Sungai Karang Mumus. Kepedulian kedua penggiat ini terhadap lingkungan menjadi faktor utama untuk berinisiatif melakukan gerakan nyata yang pada akhirnya dapat mempersuasi atau mengajak masyarakat untuk menjaga lingkungan dimana mereka tinggal.

Aktivitas maupun agenda yang dilakukan kedua penggiat lingkungan ini menjadi “didengarkan” oleh masyarakat SKM karena mereka langsung turun melakukan berbagai pendekatan-pendekatan secara emosional, atau yang mereka sebut pendekatan sosio-kultural. Aktivitas yang dilakukan oleh penggiat lingkungan ini adalah dengan melakukan gerakan kebersihan yang dilakukan secara rutin dengan

melibatkan masyarakat setempat. Edukasi yang dilakukan tidak lagi berupa komunikasi lisan, melainkan tindakan nyata yang dirasa lebih menyetuh masyarakat SKM. Kegiatan rutin yang dilakukan KOPHI membuat masyarakat lebih yakin dan percaya sehingga masyarakat mau mendengarkan kampanye lingkungan bersih yang dilakukan KOPHI.

Sementara itu, Sekolah Sungai Karang Mumus (SeSuKaMu) membuat sebuah kampanye yang bersifat inisiatif yang dinamakan Gerakan Memungut Sehelai Sampah (GMSS) Sungai Karang Mumus untuk melakukan edukasi dan penyadaran tentang restorasi sungai melalui penguatan budaya air. Lokasi SeSuKaMu ini berada di Muang Iilir, Kelurahan Lempake, Kota Samarinda (mongabay.co.id). Kedua penggiat lingkungan ini bersentuhan langsung, bahkan berdampingan dengan masyarakat SKM melakukan aktivitas bersama, sehingga menumbuhkan rasa kedekatan diantara mereka (masyarakat SKM dan Penggiat Lingkungan tersebut). Ketika masyarakat telah menilai dimensi *character* dan *personality* baik, maka dimensi *Trustworthiness* tercapai.

Dalam kaitannya sebagai komunikator, pemerintah Kota Samarinda seharusnya menjadi komunikator utama dan berkolaborasi dengan penggiat lingkungan dengan hubungan yang bersinergi. Permasalahan yang terjadi pendekatan pemerintah sebagai komunikator kepada masyarakat dapat dikatakan lemah dan hanya berorientasi pada hal yang teknis, pembongkaran bangunan dan pemindahan masyarakat, serta melakukan betonisasi sebagai upaya untuk memperbaiki DAS Sungai Karang Mumus.

Menurut aktivis penggiat lingkungan KOPHI, Maulana Yudistira dikemukakan pada dasarnya masyarakat yang menetap disekitar SKM tidak merasa keberatan jika harus dilakukan relokasi, namun dalam hal ini terdapat banyak pertimbangan yang membuat masyarakat cenderung lebih memilih menetap di daerah tersebut. Hal ini disebabkan pemerintah tidak memberikan solusi strategis mengenai kehidupan masyarakat pasca relokasi, bagaimana mata pencaharian masyarakat, bagaimana kehidupan sosio ekonomi jika masyarakat harus pindah.

Salah satu aspek yang mempengaruhi efektivitas sumber adalah *trustworthiness* atau keterpercayaan. Hal ini berkenaan dengan sifat-sifat yang melekat pada diri komunikator sebagai pengirim pesan. Berkenaan dengan hal ini, relokasi bukan hanya berkenaan dengan pemindahan lokasi tempat tinggal, namun relokasi juga harus memikirkan dampak

yang menyeluruh dari aktivitas relokasi tersebut terhadap masyarakat setempat dan disinilah missing link yang terjadi antara pemerintah sebagai komunikator utama dengan masyarakat sebagai target audiens (komunikan). Hal ini berkenaan dengan kepercayaan masyarakat pada pemerintah sendiri. Berdasarkan pernyataan di atas, kendala yang dihadapi komunikator (pemerintah yang sudah melakukan sosialisasi) ketika dimensi *personality* tidak dilakukan dengan tepat dan tidak berkelanjutan, maka komunikan (masyarakat) menjadi kurang percaya, walaupun dimensi *character* baik. *Trustworthiness* ialah hal yang dapat dipercayai, merupakan penilaian komunikan terhadap komunikator. Artinya audiens lebih mudah menerima pesan dari komunikator yang dipercayai.

Sosialisasi seharusnya dilakukan dengan dasar pendekatan interpersonal kepada masyarakat. Dalam hal ini relokasi bukan hanya berkenaan dengan “pindah tempat tinggal”, namun lebih dari itu pemerintah harus dapat memahami ketakutan yang dialami oleh masyarakat berkenaan dengan mata pencaharian, bagaimana kondisi sosial, apakah ketika tempat tinggal masyarakat tersebut pindah maka harus terpisah dengan teman-teman yang selama ini hidup bertetangga dengan mereka.

2. Variabel Pesan

Variabel pesan berkaitan tentang daya tarik pesan, gaya atau cara penyampaian, pengorganisasian pesan, panjang atau lama pesan, kejelasan pesan, repetisi. Pada daya tarik pesan mengacu pada motif-motif psikologis yang dikandung pesan, yakni : rasional-emosional, *fear appeals* (daya tarik ketakutan), dan (3) *reward appeals* (daya tarik ganjaran). Penggiat lingkungan KOPHI dan SeSuKaMu menyampaikan pesan dengan daya tarik rasional-emosional. Dimana secara rasional mereka merancang pesan yang menjelaskan informasi tentang kebersihan lingkungan sungai, termasuk pesan mencegah sungai agar tidak kotor dan air bersih. Rancangan pesan yang disampaikan mampu menggugah emosi masyarakat di sekitar Sungai Karang Mumus.

Berdasarkan pendekatan sosio-kultural yang mereka gunakan, seperti KOPHI melakukan pendekatan kepada anak-anak dengan mengajak bermain sambil menceritakan pentingnya menjaga sungai. Dalam wawancara dengan Bapak Maulana dari KOPHI menyatakan bahwa anak-anak merupakan harapannya ke depan menjadi penerus

dari orang tuanya. Harapan KOPHI dengan menyampaikan pesan-pesan menjaga kebersihan sungai melalui cerita (dongeng) kepada anak-anak, anak-anak tersebut bisa menjadi “pengingat” untuk orang tua mereka sendiri.

Secara sederhana kampanye dimaksudkan sebagai proses mengajak atau membujuk individu kelompok agar termotivasi untuk melakukan apa yang sudah disampaikan dimana program yang dilaksanakan bersifat berkelanjutan dan dilaksanakan oleh pihak-pihak yang menginginkan perubahan. Biasanya kampanye komunikasi persuasif tentang menjaga kebersihan sungai juga mengikuti perkembangan teknologi informasi. Melalui media sosial, radio dan aksi di lapangan (sekitar Sungai Karang Mumus). Terdapat juga bentuk pesan lain disampaikan melalui tindakan atau yang mereka sebut dengan Aksi. Aksi turun ke lapangan membuang sampah dan membersihkan sungai-sungai. KOPHI kini lebih memfokuskan pada bidang pendidikan seperti mengedukasi ke sekolah-sekolah. Bekerja sama dengan penggiat lingkungan yang lain seperti di komunitas Gerakan Memungut Sehelai Sampah (GMSS).

Kemudian berbagai pesan mendidik dan kreatif lainnya di transformasikan dengan mengikuti perkembangan teknologi informasi saat ini. Pesan disampaikan melalui beragam media sebagai salurannya. Salah satunya adalah pesan persuasif yang disampaikan di akun Facebook milik Bpk Yustinus dilengkapi dengan foto dan berbagai caption yang menggugah.

Pemaparan di atas berbanding dengan penjelasan Ibu Hj. Susie Sukmawati, sebagai Sekretaris Dinas PUPR Kota Samarinda, yang menyadari selama ini belum melibatkan Penggiat Lingkungan dalam program relokasi SKM. Mereka (Pemerintah Kota dan dinas terkait) hanya memfokuskan pada hal teknis pada program relokasi, sehingga pesan yang disampaikan kepada masyarakat bersifat kaku dan teknis.

Masyarakat sekitar SKM akhirnya berpikir secara sederhana terkait program relokasi yang disampaikan pemerintah. Masyarakat meminta penggantian (uang ganti rugi) atas program relokasi SKM. Dahulu pemerintah melakukan relokasi suatu tempat, memperhatikan penggantian biaya pemindahan dan memindahkan warga SKM ke tempat yang sudah ditetapkan. Bisa dikatakan pemberian rumah secara cuma-cuma tanpa ada biaya sewa. Pemerintah pada masa itu, membangun rumah-rumah untuk warga yang mau direkolasi, namun tetap saja belum semua mau dan bisa pindah.

3. Variabel Saluran

Pada variabel saluran berkaitan tentang penggunaan media massa maupun media luar ruang untuk memaksimalkan aktivitas kampanye komunikasi persuasif. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya pada variabel pesan, KOPHI menggunakan saluran (media) yang beragam untuk menyampaikan pesan yang dapat mengedukasi masyarakat luas. Menurut Alo Liliweri (2013: 150), Audiens adalah majemuk, ada banyak kondisi dikalangan audiens yang berbeda, mereka ada dalam suatu area yang luas dan terpisah-pisah satu sama lain.

Berkaitan tentang kampanye komunikasi persuasif ini KOPHI membuat akun media sosial Instagram @kophikaltim yang memuat informasi baik gambar maupun tulisan larangan membuang sampah di sungai dan sebagainya. Selain itu penggunaan media elektronik sebagai saluran komunikasi adalah melalui Radio Republik Indonesia (RRI) dalam program GEN HIJAU yang ditayangkan setiap hari Sabtu jam 10.00 wita. Penggunaan media mainstream banyak digunakan karena sifatnya yang lebih mudah, jangkauan yang luas dengan *feature* yang memudahkan untuk bercerita dan berbagi. Bpk Yustinus secara aktif menyebarkan pesan persuasif mengenai isu lingkungan di Sungai Karang Mumus dengan menggunakan media facebook, dan juga Youtube. Selain itu Bpk Yustinus juga merupakan koresponden di www.mongabay.co.id yang merupakan situs berita lingkungan.

4. Variabel Penerima

Pada variabel penerima, berkaitan tentang karakteristik target audiens yaitu faktor kapasitas individu (usia, pendidikan), ciri demografi (jenis kelamin, etnis), faktor perbedaan individu (gaya hidup, kepribadian). Variabel penerima pesan tampak pada target yang dituju penggiat lingkungan KOPHI, mereka memilih anak-anak di sekitar Sungai Karang Mumus untuk dipersuasi tentang pentingnya menjaga kebersihan sungai.

Pemilihan penerima pesan (anak-anak), menyesuaikan penyampaian pesan tersebut dalam bentuk cerita-cerita yang menarik dan menghibur. Berdasarkan cerita-cerita yang didengar, diharapkan anak-anak menjadi “pengingat” bagi orang tua mereka tentang larangan membuang sampah di sungai. Tidak hanya anak-anak, orang tua (orang dewasa) sebagai penerima pesan ditunjukkan dengan berbagai aktivitas (percontohan). KOPHI dan SeSuKaMu, serta penggiat lingkungan lain

memberikan contoh nyata yang mereka sebut Aksi. Turun langsung membersihkan sungai karang mumus dari sampah-sampah. Orang tua (dewasa) yang adalah warga sekitar Sungai Karang Mumus, dihadapkan pada aksi nyata para penggiat lingkungan secara sukarela membersihkan sampah di lingkungan yang mereka tinggali. Sehingga mereka (orang tua/dewasa) menjadi segan (malu) jika mengotori atau membuang sampah di sungai. Hal tersebut seperti apa yang dikatakan Liliweri (2013:190), kalau audiensnya adalah orang dewasa yang lebih mengutamakan aspek rasional – masuk akal.

5. Variabel Tujuan

Variabel tujuan mengacu pada level tujuan kampanye yaitu untuk menginformasikan, mempersuasi, dan memobilisasi. Variabel tujuan menitikberatkan pada level tujuan apa perubahan yang diharapkan. Sangat jelas para penggiat lingkungan ini (KOPHI dan SeSuKaMu) menitikberatkan tujuan kampanye-nya pada edukasi yang mempersuasi masyarakat di Sungai Karang Mumus untuk menjadi kebersihan sungai, mencegah pencemaran sungai. Berbagai cara dan pendekatan dilakukan dalam penyampaian pesan edukasinya. Tidak hanya pada masyarakat sungai karang mumus, melainkan mengajak masyarakat luas untuk mendukung aktif gerakan maupun aktivitas positif untuk mewujudkan kebersihan sungai karang mumus untuk semua, khususnya Kota Samarinda.

KOPHI dan SeSuKaMu menginformasikan pesan lingkungan mereka melalui berbagai media informasi, seperti media sosial Instagram, radio (RRI), dan bentuk aksi nyata membersihkan sekitaran sungai karang mumus, mengajak penggiat lingkungan lain. Aksi yang dilakukan secara rutin, menciptakan kedekatan rasional emosional yang baik terhadap masyarakat sekitar. Sehingga relokasi atau istilahnya kini penataan kembali tata ruang di SKM dapat dilanjutkan secara bertahap, berkelanjutan dan berkesinambungan sejalan dengan tujuan pemerintah kota Samarinda. Pada proses penataan kembali Sungai Karang Mumus, Pemerintah Kota Samarinda dalam hal ini Dinas PUPR bersama dinas lain yang terkait seperti Dinas Lingkungan Hidup dan Dinas Permukiman Kota Samarinda.

6. Variabel Output

Variabel Output berkenaan dengan terpaan komunikasi, perhatian, kesukaan (*liking*), pengetahuan yang diperoleh, kemampuan penerimaan (*learning how*), perubahan sikap (persetujuan), daya ingat atas isi atau

argumen, pencarian informasi, membuat keputusan berdasarkan informasi yang diperoleh, berperilaku menurut yang diharapkan, memperkuat tindakan tersebut, memperkokoh dan menggandakan.

Kedua penggiat lingkungan ini memperhatikan dan mengamati output (hasil) dari upaya kampanye komunikasi persuasif yang selama ini mereka lakukan dalam program relokasi SKM. Pada dasarnya, ketiadaan penggiat lingkungan dalam proses sosialisasi program relokasi SKM yang dilakukan pemerintah, memberi kesadaran kelompok (komunitas penggiat lingkungan) KOPHI dan SeSuKaMu tentang rasa memiliki Sungai Karang Mumus. Pendekatan yang mereka lakukan diharapkan mendapat perhatian dari masyarakat SKM, sehingga edukasi dan aksi yang mereka upaya selama ini dapat diterima di masyarakat SKM. Hasil yang dituju (*output*) dari penggiat lingkungan (KOPHI dan SeSuKaMu) adalah perubahan sikap masyarakat sekitar SKM khususnya, untuk bersama-sama menjaga kebersihan sungai seperti tidak membuang sampah maupun limbah industri dan rumah tangga ke sungai.

Komunikasi Lingkungan dalam Kampanye Relokasi Sungai

Menurut Robert Cox (2010), komunikator utama dalam komunikasi lingkungan adalah pemerintah dan organisasi non pemerintah yang punya komitmen terhadap pengelolaan lingkungan. Namun, berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti kepada pemerintah, dalam hal ini Dinas Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) dan Penggiat lingkungan (organisasi non pemerintah) tidak saling berkomunikasi, komitmen dan bekerja sama dalam mengkampanyekan atau sosialisasi tentang pentingnya pengelolaan lingkungan, khususnya pada program relokasi warga SKM. Hal ini terlihat dari aktivitas yang mereka lakukan berjalan masing-masing tanpa kolaborasi atau komitmen bersama.

Seerti yang dikatakan dalam Wiryono (1998), pada dasarnya komunikasi lingkungan untuk menumbuhkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam mengelola lingkungan termasuk relokasi sungai polanya bersifat dialogis yang lebih banyak terjadi pada komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok.

Komunikasi Pembangunan Dalam Kampanye Relokasi

Berdasarkan sudut pandang komunikasi pembangunan dapat di rumuskan sebagai: “proses interaksi seluruh warga masyarakat (yang meliputi : aparat pemerintah, penyuluh, tokoh-tokoh masyarakat, LSM,

dan segenap anggota masyarakat secara individual atau yang tergabung dalam kelompok (organisasi sosial) untuk tumbuhnya kesadaran dan menggerakkan partisipasi mereka di dalam proses perubahan terencana demi tercapainya kesadaran akan pentingnya merelokasi sungai karang mumus untuk mengembalikan fungsi utama sungai karang mumus terhadap masyarakat Samarinda, dengan menggunakan teknologi atau menerapkan ide-ide yang sudah terpilih.

Dalam proses komunikasi pembangunan, pemerintah belum maksimal materi yang terdiri dari materi ide, gagasan, inovasi pembangunan yang dapat segera di implementasikan pada program relokasi sungai karang mumus. Walaupun terdapat sebuah program Dinas Lingkungan Kota Samarinda tentang Sampah Apung. Gagasan mengenai pengelolaan sampah apung merupakan gagasan yang baik, namun hal tersebut belum dapat disosialisasikan secara maksimal karena minimnya sarana dan prasarana. Bisa jadi masyarakat pada suatu kondisi tertentu sadar untuk tidak membuang sampah pada yang bukan tempatnya, tapi karena jauh dan minimnya fasilitas menyebabkan mereka tidak melakukan hal yang seharusnya.

Gagasan atau ide yang inovatif dari penggiat lingkungan hidup, memiliki materi yang perlu didukung oleh pemerintah. Dalam hal ini perlu adanya komunikasi, kerja sama yang baik, komitmen yang berkesinambungan antara pemerintah dan penggiat lingkungan dalam proses pembangunan dalam melaksanakan suatu program demi pembangunan. Dalam penelitian ini, terdapat beberapa faktor penghambat kampanye komunikasi persuasif pada program relokasi sungai karang mumus:

1. Perubahan administratif kedinasan PUPR beberapa kali, yang menyebabkan tugas, pokok dan fungsinya secara otomatis mempengaruhi program-program kerja yang telah disusun.
2. Kurangnya komunikasi antara pemerintah dan warga SKM, sehingga tidak adanya pemahaman yang sama tentang maksud dan tujuan relokasi
3. Pendekatan teknis yang dilakukan pemerintah, tanpa mempertimbangkan pendekatan sosio kultural secara rasional-emosional
4. Belum adanya komitmen bersama antara penggiat lingkungan dan pemerintah dalam pengelolaan lingkungan SKM

Adapun faktor pendukung dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Adanya kepedulian dari para penggiat lingkungan dan pemerintah terhadap pengelolaan lingkungan
2. Media massa dan media sosial memiliki peranan penting dalam mengedukasi masyarakat saat ini tentang menjaga kebersihan lingkungan sungai (SKM).

Penutup

Berdasarkan hasil temuan, analisis dan pembahasan Kampanye Komunikasi Persuasif dalam Program Relokasi Sungai Karang Mumus dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : pertama, Penggiat Lingkungan dan Pemerintah sebagai komunikator utama dalam program relokasi kurang maksimal dalam pengelolaan lingkungan SKM. Pergerakan ide dan aktivitas keduanya berjalan masing-masing, belum adanya komitmen bersama mengenai program relokasi SKM; Kedua, dalam proses komunikasi persuasif, penggiat lingkungan (KOPHI dan SeSuKaMu) menggunakan teknik integrasi. KOPHI dan SeSuKaMu sebagai komunikator berusaha menyatukan diri dengan masyarakat disekitar SKM. Melakukan komunikasi dengan penyampaian pesan dalam bentuk beragam, salah satunya dengan bercerita atau dongeng tentang pentingnya menjaga kebersihan sungai kepada anak-anak yang tinggal di SKM. Anak-anak dianggap mereka sebagai agen sosialisasi yang tepat untuk kampanye persuasif. Ketiga, Pemerintah dalam hal ini, Dinas PUPR kurang memperhatikan pendekatan secara sosio-kultural kepada masyarakat SKM. Pendekatan rasional-emosional kepada masyarakat Sungai Karang Mumus penting dilakukan secara berkelanjutan, melalui berbagai aktivitas dan kegiatan, salah satunya dialog-dialog dengan masyarakat SKM.

Berdasarkan simpulan tersebut, peneliti dapat memberi saran kepada Pemerintah dalam hal ini, Dinas PUPR, Dinas Lingkungan Hidup, Dinas Pemukiman dan Kependudukan serta jajaran terkait perlu memahami relevansi antara pola komunikasi yang dipakai dengan kondisi sosial, budaya dan psikologis masyarakat yang akan direlokasi. Kemudian mengingat pentingnya menjalin komunikasi dengan penggiat lingkungan untuk membuat komitmen bersama terhadap suatu program pembangunan yang berdampak luas untuk masyarakat. Pemerintah harus berkolaborasi dengan penggiat lingkungan untuk menggerakkan

aktivitas kampanye lingkungan di Sungai Karang Mumus. Hal yang harus dilakukan adalah membuat *mapping* terhadap kondisi sosial-kultural masyarakat di sekitar Sungai Karang Mumus. Buat analisis kompetitif tentang hal tersebut, kaitkan persepsi dan ekspektasi masyarakat setempat. Pemerintah harus lebih terbuka terhadap saran-saran dari berbagai pihak, contohnya penggiat lingkungan, karena saran-saran tersebut sebagai *problem solution* dari masalah Sungai Karang Mumus.

Daftar Pustaka

Buku

- Antar, Venus. 2004. Manajemen kampanye: panduan teoritis dan praktis dalam mengefektifkan kampanye komunikasi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Cox, Robert. 2010. *Environmental communication and the public sphere*. Second Edition. United States of America: SAGE Publications, Inc.
- Liliweri, Alo. (2013). Dasar-Dasar Komunikasi Kesehatan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rogers, E. M., & Storey J. D. 1987. Communication Campaign. Dalam C. R. Berger & S.H. Chaffe (Eds.), *Handbook of Communication Science*, Newbury Park; Sage.
- Wiryo, 1998, Pengantar Ilmu Lingkungan, Bengkulu, Pustaka Media

Jurnal

- Cesarin, Binar T. dan Ginting, Chorina. 2015. Persepsi Masyarakat Terhadap Permukiman Bantaran Sungai. Prosiding Temu Ilmiah IPLBI
- Dirahman, Chatur Ganesha. 2017. Teknik Komunikasi Pada Program Relokasi di Gunung Kelua Samarinda. E-Journal, Ilmu Komunikasi, Fisip, Universitas Mulawarman.
- Mayasari, Dewi, Aji Ratna Kusuma, dan Syahrani. 2014. Persepsi Masyarakat Terhadap Kebijakan Relokasi Penduduk Bantaran Sungai Karang Mumus Kalimantan Timur (Studi Kasus: Kebijakan Relokasi Penduduk Bantaran Sungai Karang Mumus). E-Journal, Administrasi Negara, Fisip, Universitas Mulawarman.
- Sepriyansyah, Mustianto, 2014, Relokasi Pemukiman Penduduk Bantaran Sungai Karang Mumus di Kota Samarinda, E-Journal Ilmu Pemerintahan, Fisip, Universitas Mulawarman.

Zairullah. 2016. Implementasi Peraturan Pemerintah No.37 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan Daerah Aliran Sungai di Sungai Karang Mumus Kota Samarinda, E-Jornal, Fisip, Universitas Mulawarman

Sumber Internet

Rahmadi, Deva Kurniawan. 2009. Permukiman Bantaran Sungai: Pendekatan Penataan Kawasan Tepi Air. Online Buletin Tata Ruang Edisi September-Oktober 2009. Diakses 10 Oktober 2018, Pukul 20.00 WITA.

<https://kaltim.tribunnews.com/2017/05/14/secercah-asa-dalam-penyelamatan-sungai-karang-mumus>, Diakses pada 10 Oktober 2018, Pukul 20.00 Wita

<http://bappeda.samarindakota.go.id>, Diakses pada 10 Oktober 2018, Pukul 20.00 Wita

Analisis Preferensi Informasi Masyarakat dalam Mitigasi Bencana Alam di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Akhmad Rosihan, Septiana Wulandari, Puspita Devi

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Baturaja, Sumatera Selatan

e-mail: ahmad.rosihan@gmail.com,

septianawulandari83@gmail.com, devi.fisipunbara@gmail.com

Pendahuluan

Bencana adalah peristiwa atau rangkaian peristiwa yang mengancam dan mengganggu kehidupan dan penghidupan masyarakat yang disebabkan, baik oleh faktor alam dan/atau faktor non alam maupun faktor manusia sehingga mengakibatkan timbulnya korban jiwa manusia, kerusakan lingkungan, kerugian harta benda, dan dampak psikologis (UU No. 24 tahun 2007). Hal tersebut juga merupakan suatu fenomena yang tidak dapat dihindari begitu saja oleh manusia dan dapat terjadi setiap saat, secara tiba-tiba atau melalui proses yang berlangsung secara perlahan dimanapun dan kapanpun Indonesia menjadi negara yang paling rawan terhadap bencana di dunia berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Badan Perserikatan Bangsa-Bangsa untuk Strategi Internasional Pengurangan Risiko Bencana (UN-ISDR), dimana Indonesia menduduki tempat tiga untuk gempa dan enam untuk banjir (BBC, 2011).

Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) mengungkapkan bahwa secara geologis wilayah Indonesia berada di pertemuan lempeng tektonik aktif yaitu lempeng Indo-Australia, Eurasia di bagian Utara dan Pasifik di bagian Timur. Ketiga lempengan tersebut bergerak dan saling bertumbukan sehingga Lempeng Indo-Australia menujam ke bawah Lempeng Eurasia yang bergerak ke Selatan menimbulkan jalur gempa bumi, dan rangkaian gunung api aktif sepanjang Pulau Sumatera, Pulau Jawa, Bali dan Nusa Tenggara sejajar dengan jalur penunjaman kedua lempeng. Disamping itu jalur gempa bumi juga terjadi sejajar dengan jalur penunjaman, maupun pada jalur patahan regional seperti patahan Sumatera.

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh BNPB tahun 2011 daftar rawan bencana dari 494 Kabupaten/ Kota yang ada di Indonesia,

sejumlah 396 Kabupaten/ Kota masuk dalam kategori rawan bencana tinggi, 76 Kabupaten/ Kota masuk dalam kategori rawan bencana sedang dan sisanya 20 Kabupaten/ Kota masuk dalam kategori rawan bencana rendah. Salah satu provinsi yang masuk dalam daftar rawan bencana tinggi yaitu Sumatera Selatan.

Salah satu kabupaten di Sumatera Selatan yang masuk kategori rawan bencana adalah Ogan Komering Ulu (OKU). Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU) di Sumatera Selatan dikelilingi beberapa titik rawan bencana alam seperti anak Gunung Krakatau di Selat Sunda berjarak 278 km, Gunung Dempo di Lahat berjarak 97.4 km, serta Gunung Seminung di Danau Ranau berjarak 91.7 km. Disamping itu, Kabupaten OKU mempunyai banyak aliran sungai yang juga berpotensi banjir dan longsor. Berdasarkan posisi tersebut terdapat kemungkinan bahwa OKU dapat terkena dampak dari bencana yang mungkin terjadi pada titik-titik rawan bencana tersebut.

Mengingat bencana adalah suatu keadaan yang menyebabkan jatuhnya korban, kerusakan, dan kerugian sehingga penyelenggaraan penanggulangan bencana seharusnya menggunakan paradigma pengurangan resiko bencana melalui mitigasi. Informasi mengenai mitigasi bencana bisa diperoleh melalui media. Melalui media, informasi mengenai bencana alam dapat menyebar ke berbagai penjuru dunia. Informasi sebatas bukan pelengkap dalam menghadapi bencana yang silih berganti di berbagai wilayah Indonesia. Tetapi harus mampu menjadi rujukan bagi masyarakat dalam menghadapi bencana. Karena itu, pesan-pesan yang disampaikan harus diorganisasikan dengan baik agar mudah dipahami serta mengacu kepada komunikasi yang efektif dan mampu memberikan pemahaman makna positif masyarakat di wilayah bencana. Sebab, tidak dapat dikesampingkan bahwa komunikasi dalam manajemen pesan formal yang dikeluarkan oleh institusi yang bertanggungjawab terhadap masalah kebencanaan, seringkali berhadapan dengan pesan yang diintrodusir dari sumber pesan tradisional dan *new media* yang belum tentu memiliki akurasi

Banyaknya sumber informasi yang ada dapat membuat masyarakat bingung dalam memilih informasi yang tepat dan akurat. Sehingga dalam penelitian ini memfokuskan pada bagaimana preferensi masyarakat di Kabupaten OKU mengakses informasi terkait bencana alam, yang pada akhirnya dapat terpetakannya akses informasi masyarakat dalam mitigasi bencana alam.

Pembahasan

Preferensi informasi dapat diartikan sebagai kecenderungan seseorang dalam menentukan pesan yang akan dia percaya diantara pilihan pesan yang ada. Preferensi seseorang dalam memilih informasi dapat dipengaruhi berdasarkan kemampuan yang dimiliki untuk memberikan nilai kepuasan terhadap pilihan informasi yang ditawarkan, sehingga orang yang menginginkan informasi tertentu telah mempunyai sikap perilaku.

Penanggulangan bencana secara umum dapat dikategorikan menjadi dua bagian yaitu pra-bencana dan pasca-bencana. Dalam penelitian ini memfokuskan bagaimana preferensi masyarakat dalam sebelum kejadian bencana (pra-bencana) atau yang biasa dikenal dengan mitigasi bencana. Mitigasi didefinisikan sebagai tindakan yang diambil sebelum bencana terjadi dengan tujuan untuk mengurangi atau menghilangkan dampak bencana terhadap masyarakat dan lingkungan (King dalam Kusumasari, 2014:22). Tujuan mitigasi bencana alam adalah pengurangan kemungkinan resiko, pengurangan konsekuensi resiko, menghindari resiko, penerimaan resiko, serta transfer, pembagian, atau penyebaran resiko (Kusumasari, 2014:22).

Selaras dengan kajian preferensi informasi masyarakat Kabupaten OKU dalam mitigasi bencana alam, maka hal ini bisa dianalisis menggunakan Teori Penggabungan Informasi (*information-integration*). Teori Penggabungan Informasi ini menyatakan bagi pelaku komunikasi berpusat pada cara manusia mengakumulasi dan mengatur informasi tentang semua orang, objek, situasi, dan gagasan yang membentuk sikap atau kecenderungan untuk bertindak dengan cara yang positif atau negatif terhadap beberapa objek (Littlejohn, 2009:111). Pendekatan penggabungan informasi adalah salah satu model paling populer yang menawarkan untuk menjelaskan pembentukan informasi dan perubahan sikap. Informasi adalah salah satu dari kekuatan tersebut dan berpotensi untuk memengaruhi sebuah sistem kepercayaan atau sikap individu. Sebuah sikap dianggap sebagai sebuah akumulasi dari informasi tentang sebuah objek, seseorang, situasi, atau pengalaman.

Dalam kajian ini, metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Sedangkan untuk mendapatkan narasumber yang tepat dan sesuai tujuan, teknik penentuan narasumber pada penelitian ini menggunakan sistem *purposive sample*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, dokumentasi, studi pustaka dan observasi.

Bencana Alam di Kabupaten Ogan Komering Ulu

Wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia merupakan daerah rawan bencana. Setidaknya ada 12 ancaman bencana yang dikelompokkan dalam bencana geologi (gempabumi, tsunami, gunungapi, gerakan tanah/tanah longsor), bencana hidrometeorologi (banjir, banjir bandang, kekeringan, cuaca ekstrim, gelombang ekstrim, kebakaran hutan dan lahan), dan bencana antropogenik (epidemic wabah penyakit dan gagal teknologi-kecelakaan industri). Menurut data Indeks Risiko Bencana Indonesia tahun 2013, terdapat 205 juta jiwa penduduk tinggal di daerah rawan bencana.

Posisi wilayah Indonesia yang berada di garis Katulistiwa dan berbentuk Kepulauan menimbulkan potensi tinggi terjadinya berbagai jenis bencana hidrometeorologi, yaitu banjir, banjir bandang, kekeringan, cuaca ekstrim (angin puting beliung), abrasi, gelombang ekstrim dan kebakaran lahan dan hutan. Fenomena perubahan iklim memberikan kontribusi terhadap peningkatan bencana hidrometeorologi.

Salah satu wilayah di Indonesia yang rentan terkena bencana alam adalah wilayah Kabupaten Ogan Komering Ulu di Provinsi Sumatera Selatan. Kabupaten Ogan Komering Ulu mempunyai 14 Kecamatan dan 143 Desa 14 Kelurahan. Kabupaten Ogan Komering Ulu merupakan satu dari 15 Kabupaten / Kota yang ada di Provinsi Sumatera Selatan, dengan luas 361.760 Hektar. Dilihat dari sisi geografisnya kabupaten ini terletak antara 103°40' Bujur sampai dengan 104°33 Bujur Timur dan antara 3°45' sampai dengan 4°55 Lintang Selatan.

Berdasarkan data dari Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kabupaten Ogan Komering Ulu terdapat 5 jenis bencana alam yang rentan terjadi di Kabupaten Ogan Komering Ulu yaitu tanah longsor, banjir, bencana gempa, kebakaran lahan, dan angin puting beliung. Untuk wilayah yang rentan terjadi bencana tanah longsor adalah Kecamatan Ulu Ogan, Kecamatan Kecamatan Pengandonan, Kecamatan Muara Jaya, Kecamatan Lengkiti, Kecamatan Sosoh Buay Rayap, sepanjang anak sungai dan sungai Ogan dengan tingkat kemiringan 30-40% daerah aliran sungai tebing atau gigir sungai. Wilayah yang rentan terjadi bencana banjir yaitu sepanjang sungai Ogan, dan anak – anak sungai, di kecamatan Baturaja Barat, kecamatan Baturaja Timur, kecamatan Semidang Aji, kecamatan Sinar Peninjauan dan kecamatan Lubuk Batang dengan kontur daerah rendah berada pada kemiringan

0-3%. Untuk bencana gempa, wilayah yang sering terkena getarannya adalah wilayah kecamatan Ulu Ogan, Kecamatan Lengkiti, Kecamatan Pengandonan dan Kecamatan Sosoh Buay Rayap, dimana wilayah-wilayah tersebut dilanda gempa akibat pengaruh gempa vulkanik disekitar Bukit barisan. Pada musim kemarau yang disertai elnino dan juga sering adanya pembukaan lahan secara tradisional maka akan rentan terjadi kebakaran hutan atau lahan, dan wilayah yang mengalami kebakaran lahan adalah Kecamatan Baturaja Timur, Kecamatan Baturaja Barat, Kecamatan Lengkiti, Kecamatan Peninjauan dan Kecamatan Sinar Peninjauan. Sedangkan bencana angin puting beliung yang disebabkan oleh kondisi cuaca yang ekstrim pernah di alami di wilayah Kecamatan Ulu Ogan (Kantor BBPD Kab. OKU, 2018).

Preferensi Informasi Masyarakat dalam Mitigasi Bencana Alam

Mitigasi merupakan kegiatan yang dilakukan sebelum terjadi bencana untuk mengurangi dan mencegah dampak yang ditimbulkan. Mitigasi bencana alam yang di lakukan oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) sebagai suatu badan yang menangani masalah kebencanaan. BPBD Kabupaten Ogan Komering Ulu memiliki tugas yang berkaitan dengan masalah kebencanaan sesuai dengan UU No. 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana dan Peraturan Daerah No. 5 Tahun 2015 tentang Sistem Penanggulangan Bencana di Daerah. Adanya peraturan tersebut menjadi acuan BPBD Kabupaten Ogan Komering Ulu dalam melaksanakan proses mitigasi bencana alam. Pada lapisan masyarakat khususnya yang tinggal di daerah yang rawan terjadi bencana alam diperlukan juga untuk melakukan mitigasi bencana sedini mungkin. Salah satu upaya dalam melakukan mitigasi bencana adalah ketersediaannya preferensi informasi tentang mitigasi bencana yang bisa diakses oleh masyarakat.

Jika melihat realitas dilapangan berdasarkan wawancara dengan sejumlah Kepala Desa di Kecamatan Ulu Ogan dan Kecamatan Kedaton Peninjauan Raya yang mempunyai potensi bencana alam tinggi, bahwa masyarkat hanya mengandalkan jaringan informasi seadanya yang diantaranya berasal dari Kepala Desa lain kecamatan dan masyarakat umum lainnya. Berdasarkan teori Penggabungan Informasi (*Information-integration*) bahwa masyarat di Kabupaten Ogan Komering Ulu mengakumulasi dan mengatur informasi dari orang-orang yang berasal dari Kecamatan lain atau berasal dari desa lainnya. Dengan

modal informasi inilah masyarakat kabupaten OKU yang ada di desa-desa kemudian menginformasikan kembali kepada masyarakat desa lainnya. Dari temuan ini, bisa terlihat bahwa belum adanya referensi yang jelas yang disediakan oleh pemerintah daerah dalam menangani mitigasi bencana secara terintegrasi. Hal ini

Komunikasi yang terjadi belum bersinergi di antara seluruh unsur komunikasi yang ada secara teoritis dapat dikatakan bahwa bila salah satu unsur yang ada tidak efektif maka menimbulkan gangguan pada komunikasi yang dilakukan. Salah satu unsur komunikasi adalah pesan dan melalui pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan diharapkan munculnya suatu feedback atau umpan balik atas pesan tersebut.

Menurut Frank Dance (dalam Littlejohn, 2009 :7) salah satu aspek penting di dalam komunikasi adalah konsep reduksi ketidakpastian. Komunikasi itu sendiri muncul karena adanya kebutuhan untuk mengurangi ketidakpastian, supaya dapat bertindak secara efektif demi melindungi atau memperkuat ego yang bersangkutan dalam berinteraksi secara individual maupun kelompok. Dalam penanganan bencana alam informasi yang akurat diperlukan oleh masyarakat maupun lembaga swasta yang memiliki kepedulian terhadap korban bencana. Secara esensial, sebagai entitas yang paling bertanggungjawab terhadap informasi bencana alam, pemerintah harus selalu menyediakan berita dan pesan-pesan yang menyangkut peringatan dini, pencegahan, rehabilitasi, konstruksi dan berbagai penanganan bencana yang melibatkan lembaga swasta maupun masyarakat pada umumnya

Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kabupaten Ogan Komering Ulu sudah melaksanakan tugasnya sebagai penanggungjawab utama dalam bidang informasi mitigasi bencana. Lengkapnya data informasi yang bersumber dari BMKG pusat dan provinsi sudah dengan baik di terima oleh BPBD Kabupaten Ogan Komering Ulu, bahkan saat ini sudah banyak tersedia sumber informasi tentang kondisi cuaca atau kondisi wilayah yang dapat dijadikan rujukan terpercaya mengenai informasi kejadian bencana alam. Seiring dengan perkembangan teknologi yang berbasis aplikasi di era informasi ini, sebenarnya sudah banyak fitur aplikasi yang dapat diunduh melalui gawai yang dapat memberikan informasi tentang mitigasi bencana alam, bahkan fitur aplikasi tersebut bisa diakses oleh siapa saja dan dimana saja. Misalnya informasi dan laporan bencana yang bisa di lihat di aplikasi InDRA

(*Indonesia Disaster Rapid Assesment*) dan di situs DIBI (Data Informasi Bencana Indonesia). Dalam penerapannya penyebarluasan informasi ini belum langsung tersampaikan ke masyarakat yang berhadapan langsung dengan kejadian bencana alam. Informasi kondisi cuaca/alam melalui fitur aplikasi itu hanya diketahui oleh pihak pemerintah daerah dalam hal ini pihak BPBD dan belum tersosialisasikan ke masyarakat khususnya di daerah pelosok.

Selain itu pihak BPBD Kabupaten Ogan Komering Ulu belum dengan maksimal menggunakan media sosial sebagai media penyebarluasan informasi kebencanaan, seperti diketahui bahwa saat ini media sosial merupakan media yang arus informasinya sangat cepat dan dapat dengan mudah diakses oleh seluruh lapisan masyarakat. Dalam hal ini pihak masyarakat maupun pemerintah terkait berpendapat bahwa media jejaring sosial memiliki pengaruh besar dalam menyebarkan pesan dengan baik. Pesan yang disampaikan dapat diterima oleh pihak lain secara cepat dan akhirnya mempengaruhi tindakan yang harus dilakukan dalam menghadapi bencana alam.

Berdasarkan temuan penelitian di lapangan informasi yang di dapat oleh masyarakat dalam mitigasi bencana alam belum sepenuhnya terintergrasi dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari kurangnya koordinasi dalam penyadaran masyarakat rentan bencana. Masih ada pemikiran masyarakat yang menganggap bahwa bencana alam yang terjadi tidak sepenuhnya dianggap sebagai musibah melainkan sebagai kejadian alam yang membawa berkah. Misalnya bencana banjir yang melanda wilayah Kecamatan Sinar Peninjauan yang selalu terjadi saat musim penghujan tiba, kejadian banjir dianggap membawa berkah karena ketika banjir datang masyarakat melihat adanya kesempatan untuk mendapatkan ikan dengan lebih mudah, sehingga banjir yang melanda tidak mendapat penanganan khusus.

Dalam arus informasi terkait mitigasi bencana alam belum terjadi sinkronisasi kebijakan vertikal antara pemerintahan daerah dan pemerintah desa. Pembahasan mengenai mitigasi bencana masih bersifat manual dan insidental. Hal ini membuktikan bahwa upaya pengurangan risiko bencana belum menjadi isu strategis pemerintah, sedangkan kejadian bencana alam sudah rentan terjadi di wilayah Kabupaten Ogan Komering Ulu.

Adanya kelompok relawan juga sebenarnya mempunyai peran

penting dalam tindakan mitigasi bencana, tetapi kenyataannya persebaran kelompok relawan yang tidak merata kemudian turut juga berpengaruh pada kegiatan koordinasi informasi antara pihak BPBD Kabupaten Ogan Komering Ulu dengan wilayah yang rawan terjadi bencana alam. Selain itu, persebaran kelompok relawan yang tidak merata juga akan berpengaruh pada pelaksanaan mitigasi bencana di daerah yang rawan bencana.

Solusi yang direkomendasikan bagi wilayah yang rentan akan kejadian bencana alam seperti Kabupaten Ogan Komering Ulu, antara lain adalah seluruh pihak harus saling terlibat dan bekerjasama dengan baik dalam penanggulangan bencana, selain itu pemerintah harus mampu memetakan ancaman bencana yang ada di sekitar wilayahnya, menentukan strategi, dan pihak yang bertanggungjawab dalam pelaksanaan mitigasi bencana yang akan dilakukan serta yang terpenting mensosialisasikannya ke seluruh lapisan masyarakat secara terintegrasi dan konsisten.

Pihak pemerintah juga harus dapat menyadarkan dan memberikan pendidikan kepada masyarakat akan bahaya bencana alam. Penyadaran dan pendidikan terhadap warga ini dapat dilakukan dengan komunikasi dan sosialisasi mitigasi bencana, misalnya dengan diadakan sosialisasi tentang bagaimana cara mengakses informasi kondisi cuaca melalui fasilitas teknologi. Masyarakat yang paham tentang bencana yang ada di sekitarnya akan saling bekerjasama dengan pemerintah dan pihak terkait lainnya. Pemerintah juga diharapkan menyusun rencana yang terstruktur untuk setiap ancaman bahaya dari bencana alam yang terjadi. Diharapkan dengan adanya persiapan yang terstruktur baik dari pihak pemerintah daerah, masyarakat, relawan dapat mewujudkan mitigasi bencana yang baik sehingga resiko bencana alam yang mungkin muncul dapat dikurangi bahkan dihindari.

Penutup

Kabupaten Ogan Komering Ulu sebagai salah kabupaten yang ada di Provinsi Sumatera Selatan merupakan kabupaten yang seringkali terdampak bencana alam mulai dari banjir, angin puting beliung, gempa, tanah longsor, dan kebakaran hutan. Dari hasil data dilapangan masyarakat belum mendapatkan referensi informasi yang jelas terkait mitigasi bencana, dimana informasi yang didapatkan masyarakat hanya

berasal dari masyarakat lainnya dan tidak bisa menjamin kebenaran suatu informasi tersebut.

Berlum adanya informasi yang terintegrasi dengan baik terkait mitigasi bencana ini, sehingga preferensi informasi masyarakat hanya bertumpu pada informasi yang diberikan oleh masyarakat lainnya secara liar. Dari temuan inilah seharusnya pemerintah Kabupaten Ogan Komering Ulu sudah seharusnya membentuk tim terpadu yang bekerja menangani mitigasi bencana dalam hal ini mengelola informasi secara luas dan dapat dipertanggung jawabkan.

Dari Penelitian ini terlihat bahwa permasalahan mitigasi bencana yang ada di Kabupaten Ogan Komering Ulu ini belum menjadi isu strategis, karena Pemerintah Daerah Kabupaten Ogan Komering Ulu selama ini hanya fokus pada pasca-bencana bukan berfokus pada kesiapan sebelum terjadinya bencana alam (mitigasi bencana alam).

Daftar Pustaka

- ASPIKOM. (2011). *Komunikasi Bencana*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo
- Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB). (2011). *Indeks Rawan Bencana Indonesia*. Jakarta, Indonesia: Penulis
- Baxter, A. L., & Babbie, E. (2004). *The Basic of Communication Research*. Belmont, CA: Wadsworth.
- BBB. (2011). *Indonesia Negara Rawan Bencana*. Dikutip dari: http://www.bbc.com/indonesia/berita_indonesia/2011/08/110810_indonesia_tsunami
- Bungin, B. (2001). *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Creswell, W. J. (2009). *Research Desain: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches, 3rd edition*. USA: SAGE Publication.
- Flick, U. (1998). *An Introduction to Qualitative Research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kusumasari, B. (2014). *Manajemen Bencana dan Kapabilitas Pemerintah Lokal*. Yogyakarta: Gava Media.
- Lindlof, R. T., & Taylor, C. B. (2002). *Qualitative Communication Research Methods* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Littlejohn, S. W., & Karen, A. F. (2009). *Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.

- Neuman, W. L. (2006). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (6th ed.). Boston, MA: Pearson Education.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Suharso., & Ana. R. (2012). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Semarang: Widya Karya.
- UU nomor 24. Tahun 2007. UU Nomor 24 Tahun 2007 Tentang Penanggulangan Bencana. (4 Oktober 2018). Dikutip dari: Salinandiaksesonlinedari<http://bnpb.go.id/uploads/migration/pubs/1.pdf>.
- West, R., & Turner, H. L. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi* (3rd ed.). Jakarta: Salemba Humanika.

Tentang Editor

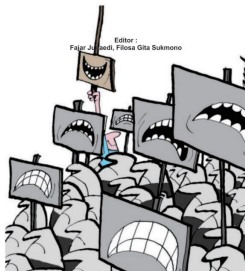
Filosa Gita Sukmono, dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY), sekaligus *Editor in Chief* Jurnal Komunikator. Aktif dalam sejumlah penelitian terkait kajian media, film dan isu-isu multikultur. Selain itu sempat menulis beberapa buku bersama koleganya dalam *Ekonomi Politik Media : Sebuah kajian Kritis* (2013), *Sport, Komunikasi dan Audiens* (2014). Di tahun yang sama juga menulis buku *Komunikasi Multikultur : Melihat Multikulturalisme dalam Genggaman Media* (2014), *Cyberspace and Culture : Melihat Dinamika Budaya Konsumerisme, Gaya Hidup dan Identitas dalam Dunia Cyber* (2015), *Jurnalisme Sensistif Bencana : Panduan Peliputan Bencana* (2017), *Komunikasi Kesehatan* (2018). Beberapa tulisan ilmiah terkait dengan Jurnalisme Warga, Jurnaslisme Sensistif bencana, Ruang Publik, *New Media*, Film Indonesia dan Komunikasi Multikultur telah dipublikasikan di beberapa jurnal nasional dan jurnal internasional. Saat ini sedang fokus dalam penelitian-penelitian tentang film Indonesia dan isu-isu multikultur di media, bisa dihubungi melalui email: filosa@umy.ac.id

Yani Tri Wijayanti, Dosen di Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sejak tahun 2008. Menyelesaikan pendidikan D3 Public Relations di FISIP Universitas Diponegoro Semarang, S1 dan S2 Ilmu Komunikasi di FISIP Universitas Sebelas Maret Surakarta, dan S3 di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung. Menjabat sebagai Ketua ASPIKOM Korwil DI. Yogyakarta-Jawa Tengah dengan masa jabatan 2016-2019 dan Wakil Ketua Perhumas BPC Yogyakarta periode 2018-2021. Saat ini juga menjadi Asesor Kompetensi pada LSP Public Relations Indonesia.

Selamat & Sukses

Kongres **ASPIKOM V** Solo, 2019

Komunikasi Politik di Indonesia



ASPIKOM **ASPIKOM**
ASOSIASI PENDIDIKAN TINGGI ILMU KOMUNIKASI KORWIL DI YOGYAKARTA - JAWA TENGAH

bersama dengan

